



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE CATALUNYA  
BARCELONATECH

Facultat d'Òptica i Optometria de Terrassa



## **GRAU EN ÒPTICA I OPTOMETRIA**

### **TREBALL FINAL DE GRAU**

---

# **CREACIÓ D'UN NEGOCI DE PRODUCTES D'ÒPTICA**

**SARA SÁNCHEZ RÍOS**

**DIRECTOR I TUTOR: Ramón Casabona Fina**  
**DEPARTAMENT: Economia i Gestió d'Empresa**

**12 de gener de 2015**



## GRAU EN ÒPTICA I OPTOMETRIA

El Sr. RAMÓN CASABONA FINA, com a tutor i director del treball

### CERTIFICA

Que la Sra. SARA SÁNCHEZ RÍOS ha realitzat sota la seva supervisió el treball *Creació d'un establiment de productes d'òptica* que es recull en aquesta memòria per optar al títol de grau en Òptica i Optometria.

I per a què consti, signo aquest certificat.

Sr RAMON CASABONA FINA  
Tutor i director del treball

Terrassa, 9 de gener de 2015



## GRAU EN ÒPTICA I OPTOMETRIA

# CREACIÓ D'UN ESTABLIMENT DE PRODUCTES D'ÒPTICA

## RESUM

Tot i la situació econòmica espanyola actual, es continuen obrint nous comerços, dels quals un número important són socio-sanitaris i entre els quals trobem els establiments d'òptica. Entre el 2011 i el 2012 es van obrir aproximadament 300 òptiques a Espanya i ha anat en augment fins al passat 2014, fet que demostra la viabilitat d'aquest negoci.

L'objectiu d'aquest treball es portar a terme la obertura d'una òptica de manera teòrica. El lloc on es portarà a terme aquesta simulació serà Hospitalet de Llobregat, dins del recinte de Ciutat Judicial.

Per portar a terme aquest projecte he fet un estudi general de la població. De la mateixa manera, he analitzat el sector i la competència, amb l'objectiu de tenir en compte quins pros i contres tindria obrir un negoci de tals característiques.

Tenint en compte la legislació vigent i els requisits del Col·legi d'Òptics-Optometristes de Catalunya, s'ha portat a terme un pla de marketing i una estratègia empresarial i organitzativa determinada. De la mateixa manera s'han portat a terme unes tècniques publicitàries concretes per a millorar el que hi ha actualment i diferenciar-nos de la competència.

Es descriu de manera detallada la inversió inicial, així com la previsió d'ingressos i costos dels 3 primers anys. També es valora la forma de financiació.

Finalment i basant-nos en lo exposat prèviament es realitzaran unes conclusions en les que veurem que el negoci es totalment viable, sobretot, a partir del segon any.



## GRAU EN ÒPTICA I OPTOMETRIA

# CREACIÓ D'UN ESTABLIMENT DE PRODUCTES D'ÒPTICA

### RESUMEN

A pesar de la situación económica española actual, se siguen abriendo nuevos comercios, de los cuales un número importante son socio-sanitarios, entre los que encontramos los establecimientos de óptica. Entre el 2011 y el 2012 se abrieron aproximadamente 300 ópticas en España y ha ido en aumento hasta el pasado 2014, hecho que demuestra la viabilidad de este negocio.

El objetivo de este trabajo es llevar a cabo la apertura de una óptica de manera teórica. El lugar donde se llevará a cabo esta simulación será Hospitalet de Llobregat(Barcelona), dentro del recinto de Ciudad Judicial.

Para llevar a cabo este proyecto he hecho un estudio general de la población. Del mismo modo, he analizado el sector y la competencia, con el objetivo de tener en cuenta que pros y contras tendría abrir un negocio de tales características.

Teniendo en cuenta la legislación vigente y los requisitos del Colegio de Ópticos-Optometristas de Cataluña, se ha llevado a cabo un plan de marketing y una estrategia empresarial y organizativa determinada. De la misma manera se han llevado a cabo unas técnicas publicitarias concretas para mejorar lo habido actualmente y diferenciarnos de la competencia.

Se describe de manera concreta la inversión inicial, así como la previsión de ingresos y gastos de los 3 primeros años. También se valora la forma de financiación.

Finalmente y basándonos en lo citado previamente se realizan unas conclusiones en las que veremos que el negocio es totalmente viable, sobre todo, a partir del segundo año.



## GRAU EN OPTICA I OPTOMETRIA

# CREACIÓ D'UN ESTABLIMENT DE PRODUCTES D'ÒPTICA

### ABSTRACT

Despite the current Spanish economic situation, it continues opening new stores, of which a significant number are “health partner” and among them are the opticians. Between 2011 and 2012 approximately 300 optical shops have opened in Spain and it has been increasing until the last 2014, which it demonstrates the feasibility of this business.

The aim of this work is to perform the opening of a theoretically optical. The place where it will be held this simulation will be Hospitalet de Llobregat (Barcelona), within the precincts of “Judicial City”.

To carry out this project I have done a comprehensive study of the population. Similarly, I analyzed the sector and the competence in order to take into account that pros and cons would open a business of such characteristics.

Given the current legislation and the requirements of the “Colegio de Ópticos-Optometristas de Cataluña” it has carried out a marketing plan and a specific business and organizational strategy. Likewise it have carried out some specific advertising techniques to improve what is currently there and apart from the competition. Concretely it describes the initial investment and the estimate of revenue and expenditures for the first 3 years. How is it founding is also considered.

Finally, based on what the above I had realized conclusions where we can see that the business is totally feasible, above all, from the second year.

## SUMMARY

As the ultimate challenge of the degree of Optometry, the final project represents our ultimate challenge in this degree of Optometry. Finally, after four years of effort, we find ourselves in the final stretch.

The main theme of this final project tries to cover the process needed to run one's own optician's shop. On the one hand, I considered it worth studying so as to have some knowledge on the requirements in terms of business management. On the other hand, I had never attended economic classes before nor had taken any course related to business. However, in order to carry out this project I did sign up for a course on economics and business management with the purpose to learn the basic knowledge of this area. In addition, I have been working for the last two years in optical establishments as part of my internship, which helped to create my own perspective.

I took into account the suggestions from the opticians I worked with, which were really useful in terms of how to make one's own business more profitable. I believe that at this stage of the Spanish economic recession every single detail should be adjusted as closely as possible in any given job, because that will determine the success of the business. It is important to consider what one wants to do, how, where and, above all, who among the public would buy our product.

The optician's shop I have created is called *Optical Bassol* and it is a franchise of Bassol chain, a set of establishments from Barcelona that was founded in 1998 with the aim of reinventing the opticians' profession. From its earlier days, *Bassol* bet on a current image and on innovative and high quality products. In the case of *Optical Bassol*, the establishment is located in Hospitalet de Llobregat, right on the enclosure of Ciudad Judicial. The goal of this project is to merge all establishment improvements into one and see if it would be viable or not the fact of taking into account the place of the new establishment. After studying the area of action, it may be a good place to carry it out because there are no opticians' establishments in the area; the others are all a bit far away (in the Gran Via 2 mall or in Santa Eulalia neighborhood). Most of the public servants have worked part-time job so this will be an important time slot, although there are many who also work in the afternoon and several are required to do guard duty. As for the companies with which we intend to create future conventions, their workers would get discounts, they might take morning slot or full-time job. Assuming that the rest of the establishments will also work full-time or part-time, working in the evening will be the best time for the opticians to come. We will also include all those people who have no job, in which the perfect time to go to the optician's shop would be any other time.



First thing I did to build the property was informing myself on current legislation to carry out this project. I would have to submit many documents to open the optician's shop and pay a certain compulsory fee, even for submitting documents to the College of Opticians and Optometrists of Catalonia. I should change the distribution of the establishment (which was previously a restaurant) and adjust to the constraints involved in a health establishment. The establishment is divided into several areas: wide area access and customer service, front desk and small workshop, optometry and contact lens cabinet with the necessary privacy for the patient, warehouse and two sinks, one for customers and one to private use. Moreover, according to Decree 135/95 of promoting accessibility and the removal of architectural barriers (annex 1 ) all optical paths must be practicable, anyone with reduced mobility or other limitations may use all such spaces autonomously.

As in the rest of the optics of the same chain, it seeks to provide current image and innovative products of the highest quality at a reasonable price. It is true that the economic margin of the sector is large, but the influx of chains such as Optical University, Multiópticas , etc. , is reducing it considerably. In our optical we want find balance in accordance with Bassol chain to be stronger for the rest of the competence. We will offer discounts to old customers and for the new customers from the neighborhood of Santa Eulalia and public servants of Ciutat Judicial. We will offer the possibility for them to get more discounts if they bring friends or family, with the aim of promoting by word of mouth and grow as a company. Other advertising techniques that are carried out using pamphlets or brochures, sending promotional emails, use the Hospitalet bus to promote the establishment, promotion by the clothing of the Santa Eulalia FootballTeam/Basketball Team... The purpose of all this is to reach to as many people as possible.

Once the customers feel appealed by the establishment, we will have to win them and keep them. To achieve this we will have the quality product (described in the specification) and the work of a professional team committed to their work: an optician- graduated optometrist and myself as an entrepreneur and owner of the establishment.

We will make that the customer feel comfortable and well informed. This establishment will have a full work schedule, then other optician and I will take care of the establishment during all day, opening 10am to 8pm. This worker (and other future workers) is the heart of the business should clearly be happy and motivated. Since we will make internal formations across the enterprise and motivational meetings will involve ensuring that unfold their activity in the best way possible. In addition to an excellent deal, a proper full visual examination to the needs of each client and an

exceptional product will be held. We will personally call all customers approximately 2 months after buying their eyeglasses to keep track on adaptation. In principle we will do this with progressive lenses and those relatively monofocal inconveniences (change of graduation, first eyeglasses, etc. ), we will also do it with contact lenses. Customers that have been carrying contact lenses to try them out and not having asked again for another box or continue the adaptation will be called to ask for it. Likewise, every six months, a message will be sent to all customers who have entrusted monthly contact lenses boxes to remind them that their contact lenses are finished or nearly finished. Unsatisfied customers, if any, will be invited to come to the establishment to solve the problem and once in the establishment appreciate to him for coming and giving us the opportunity to solve the problem for.

As we have seen after conducting a population study of the city (Hospitalet de Llobregat) , over 50 % of the population is around 45 years old, so it will be a relatively mature sector in which the onset of presbyopia will force him to attend to the shop quite often. Digital lenses, progressive lenses (both contact lenses and ophthalmic lenses ) and reading glasses will be the order of the day.

Besides the usual visual needs, we also focus on aesthetics. We will go to the sound of fashion sunglasses, frames graduate, contact lenses, etc. Our workers are, as a rule, young people. The objective is to give a fresh air to the optic sector and mix professionalism and visual quality with fashion and beauty. Nevertheless, we will not forget all those people who do not follow fashion, so we will also have classic frames.

According to the market study that has been performed by such bands, we will forecast and make a balance so as to improve during the first months. The first quarter after the opening of the establishment we will sell more ophthalmic lens with their respective frames than contact lenses because this first month people just try contact lenses but do not take their boxes. The most optimistic percentage would be: 40 % ophthalmic lenses, frames 35 % , 20% , and 5% contact lenses cleaning solutions and others. We hope that in the upcoming months or in the first year this will be stabilized.

Besides all this, we have made the company accounts for the first three years of in the most objective possible way. Thus, we will see if this is a viable business or not.

To accomplish this we need a total initial investment of approximately 75,000€ and to perform it will resort to finance the business. It would be done through two funds : first , the owner of the establishment will contribute 30,000€. Furthermore,



the bank Banc Sabadell contribute the majority (45,000€). This loan is paid monthly for 10 years, where we expect the shop to be entirely feasible.

In conclusion, according to studies, we can say that the company that I created would be entirely feasible in the event that will take place. Moreover, it would be feasible from the first and second year.

## **TREBALL DE FINAL DE GRAU**

<b><u>Índex</u></b>	<b>Pàgina</b>
<b>0. Introducció.....</b>	<b>12</b>
<b>1. Descripció de l'empresa: Persona emprenedora o equip fundat.....</b>	<b>13</b>
<b>1.1. Identificació de la persona emprenedora o equip fundat.....</b>	<b>13</b>
<b>2. Area juridico-fiscal.....</b>	<b>13</b>
<b>2.1. Forma jurídica.....</b>	<b>13</b>
<b>2.2. Permisos, llicències i documentació oficial:.....</b>	<b>14</b>
<b>2.3. Taxes:.....</b>	<b>26</b>
<b>2.4. Implicacions ètiques, legals i protecció de dades.....</b>	<b>17</b>
<b>3. Descripció de l'activitat: el producte o servei.....</b>	<b>17</b>
<b>3.1. Els productes o serveis que componen l'activitat general de l'empresa..</b>	<b>18</b>
3.1.1. <u>Productes en lents oftàlmiques:.....</u>	18
3.1.2. <u>Productes en lents de contacte:.....</u>	20
<b>3.2. Necessitats que cal cobrir.....</b>	<b>20</b>
<b>4. Anàlisi de l'entorn i el mercat.....</b>	<b>22</b>
<b>4.1 Anàlisi de l'entorn:.....</b>	<b>22</b>
4.1.1. Entorn polític i legal.....	22
4.1.2. Entorn econòmic.....	22
4.1.3. Entorn sociodemogràfic i cultural.....	24
<b>4.2. Característiques del sector.....</b>	<b>25</b>
<b>4.3. Anàlisi del mercat.....</b>	<b>26</b>
4.3.1. Àmbit, evolució i tendències.....	26
4.3.2. Segmentació del mercat.....	26
4.3.3. Anàlisi de la competència.....	26
4.3.4. Anàlisi dels proveïdors.....	29

4.3.4.1 Distribució.....	30
5. Anàlisi DAFO.....	30
5.1. El pla estratègic.....	30
5.1.1. Visió i missió.....	31
6. PLA DE MÀRQUETING.....	33
6.1. Política de comunicació: promoció i publicitat.....	33
6.2. Previsió de vendes:.....	34
6.3. Política de preu. Determinació del preu de venda.....	35
7. Area d'Organització i Gestió Empresarial.....	36
7.1. Estratègia empresarial.....	36
7.2. Organització:.....	37
7.3. Control.....	39
8. Area economico-financera.....	40
8.1. Plà d'inversió inicial.....	41
8.2. Financiació:.....	47
8.3. Balanç de situació inicial.....	48
8.4. Exemple (no real) d'ingressos d'un mes estàndard.....	48
8.5. Compte de resultats:.....	49
8.5.1. Amortitzacions:.....	50
8.5.3. Compte de resultats primer any:.....	50
8.5.4. Compte de resultats dels tres primers anys.....	50
8.5.5. Balanç de situació dels tres primers anys:.....	52
9. Conclusions.....	53
10. Bibliografia.....	55
11. Annex.....	55

### 0. Introducció

Abans de començar la carrera no tenia nocions del que volia fer, només sabia que seria necessari obtenir una carrera universitària per ser una persona més competent tot i saber que aconseguir-la no t'asseguraria cap bon treball. Vaig començar òptica per casualitat però des del primer moment vaig saber que podia arribar a agradar-me molt, i així és.

Després de passar quatre anys ben durs va arribar el moment d'escollir el tema d'un treball que marcaria el final d'una etapa. Tot i no saber que faria després de la carrera, vaig escollir el tema següent: *Creació d'un negoci de productes d'òptica*. Va ajudar-me el fet de treballar en una òptica i conèixer el funcionament d'altres. Vaig arribar a la conclusió que podria servir-me tenir nocions del tema per si en un futur donés el pas per muntar el meu propi negoci.

L'objectiu principal del treball és preveure si l'establiment que portaré a terme podria ser viable o no segons les diverses tècniques de marketing i organitzatives utilitzades. Per això he hagut de realitzar un estudi de la situació actual del mercat d'òptica i de la població on tindrà lloc l'establiment, l'Hospitalet de Llobregat.

Conec la zona de prop i sempre m'ha semblat un bon lloc per portar a terme un negoci d'aquestes característiques. Tot i que seria complicat per una persona que no té massa nocions d'organització i gestió d'empresa, amb l'ajuda d'un bon gestor i un bon equip, crec que seria molt possible portar-ho a terme. En vista dels resultats del treball, és probable que, a més, fos un negoci viable.

## 1. Descripció de l'empresa: Persona emprenedora o equip fundat

Aquest projecte és idoni per a aquelles persones amb el grau en Òptica i Optometria i que siguin capaces de posar en pràctica els coneixements obtinguts. A més, és importat que l'emprenedor tingui habilitats en atenció al client, en l'àmbit comercial i sigui una persona amb idees innovadores.

És necessari que el gerent o encarregat de l'establiment estigui inscrit al Col·legi Nacional d'Òptics-Optometristes.

### 1.1. Identificació de la persona emprenedora o de l'equip fundador

La persona emprenedora és Sara Sánchez Ríos, amb DNI 47183376-A i número de col·legiat XXXXX(no existeix a la realitat). La seva adreça és Ronda Collsalarca 207 A 5º 4ª i el seu telèfon de contacte és el 650 755 848.

## 2. Area juridico-fiscal

### 2.1. Forma jurídica

El negoci que portarem a terme és una **franquícia**. La franquícia d'una òptica es defineix com un sistema de col·laboració entre dues parts jurídicament independents, vinculades entre sí a través d'un contracte mitjançant el qual una de les parts(empresa franquiciadora) cedeix, a canvi de certa remuneració econòmica, el dret a utilitzar la seva marca comercial i el seu saber fer empresarial, per un temps i en un territori limitat.

A Espanya, els acords de franquícia estan regulats a través de la Llei d'Ordenació de Comerç minorista, així com pel Real Decret 201/2010, en el que es defineix la relació de franquícia de la següent forma: *"Se entenderá por actividad comercial en régimen de franquicia, regulada en el artículo 62 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, aquella que se realiza en virtud del contrato por el cual una empresa, el franquiciador, cede a otra, el franquiciado, en un mercado determinado, a cambio de una contraprestación financiera directa, indirecta o ambas, el derecho a la explotación de una franquicia sobre un negocio o actividad mercantil que el primero venga desarrollando anteriormente con suficiente experiencia y éxito, para comercializar determinados tipos de productos y que comprende, por lo menos:*

- *El uso de una denominación o rótulo común u otros derechos de propiedad intelectual o industrial y una presentación uniforme de los locales o medios de transporte objeto del contrato.*

- *La comunicación por el franquiciador al franquiciado de unos conocimientos técnicos o un saber hacer, que deberá ser propio, sustancial y singular.*

*- La prestación continua por el franquiciador al franquiciado de una asistencia comercial, técnica o ambas durante la vigencia del acuerdo; todo ello sin perjuicio de las facultades de supervisión que puedan establecerse contractualmente."*

A més, s'ha de saber que en un acord de franquícia intervenen diverses lleis tan nacionals com comunitàries: "Llei de defensa de la Competència, Llei de Marques, etc.

El cost de *royalties* d'explotació i publicitats sol ser habitualment, un cost lògic si es considera el valor de les campanyes de promoció que habitualment fan les empreses per distingir-se de la competència. Aquest concepte varia entre un 0 i un 4%, en el cas dels *royalties* d'explotació i arriba fins a un 7% en el cas de la publicitat, una de les eines més valuoses per impulsar el creixement.

La franquícia de l'òptica en Espanya ha seguit un comportament similar al general, actuant en el mercat cadenes franquiciadores que avui dia estan molt consolidades. Dites cadenes engloben un total de 1.000 unitats de negoci, generant una facturació anual de 360 milions de euros i donant treball a més de 2.300 persones (Font: Informe Anual de mundo-Franquicia consulting).

La fórmula de la franquícia presenta grans avantatges per a tots aquells que vulguin iniciar la seva activitat dintre del sector, ja que aporta una experiència d'èxit provada, imatge de marca, gran poder de compra amb els proveïdors i orientació al mercat, entre d'altres. El perfil de client d'una franquícia és un consumidor menys exigent, mogut únicament pel preu.

### **2.2. Permisos, llicències i documentació oficial:**

Què necessitem?

-Autorització d'obertura del Departament de Salut, la qual és atorgada per resolució del director general de recursos Sanitaris d'aquest Departament, un cop s'ha verificat que el sol·licitant compleix els requisits tecnosanitaris establerts en el Decret 126/2003.

En cas de voler realitzar qualsevol modificació de les condicions inicials de la llicència s'haurà de sol·licitar prèviament a la Direcció General de Recursos Sanitaris, o bé comunicar-les. Es necessitaran llavors diverses autoritzacions però no serà el nostre cas.

La sol·licitud per a qualsevol autorització s'haurà de presentar al Registre general del Departament de Salut, a la Travessera de les Corts, 131-159, de Barcelona(08028) o bé a la Gran Via de les Corts Catalanes, 587, de Barcelona (08007), com a qualsevol dels

llocs previstos en l'article 38 de la Llei 30/1992, de règim jurídic de les administracions públiques i del procediment administratiu comú.

D'acord amb el Conveni de col·laboració subscrit el 18 de juliol de 2003 entre el Departament de Salut i el Col·legi Oficial d'Òptics Optometristes i Òptiques Optometristes de Catalunya (en davant COOOC), des del Registre General del Departament de Salut es remetrà l'expedient administratiu al COOOC per tal que aquesta entitat dugui a terme les verificacions oportunes sobre la sol·licitud presentada i emeti l'informe tècnic previ a l'emissió de la resolució per part de la Direcció General de Recursos Sanitaris.

Quins documents s'han de presentar?

-Imprès de sol·licitud d'autorització o notificació, signat pel titular de l'òptica (d'acord amb el model de l'annex II)

-Document acreditatiu de la propietat o altre títol que habiliti per a la possessió de l'immoble on s'ubica la òptica

-Document acreditatiu de la personalitat del sol·licitant i, si escau, de la representació que ostenti. Si la persona sol·licitant és una persona jurídica, també s'ha d'adjuntar una còpia dels estatuts de la societat, i còpia del NIF

-Designació del director/a tècnic

-Responsabilitats de la directora tècnica, signades pel titular de l'òptica i pel mateix tècnic.

-Fotocòpia compulsada de la titulació acadèmica de la directora o del document que acrediti algunes de la resta de les situacions que l'article 4 del Decret 126/2003

-Declaració de la directora tècnica de treballar només en aquesta òptica

-Certificat de col·legiació de la directora tècnica emès pel COOOC

-Projecte tècnic d'arquitectura signat per una persona tècnica qualificada i visat pel col·legi professional corresponent, on consti:

- Memòria del projecte tècnic i, si de cas hi falta, resum de les obres i instal·lacions a realitzar, amb la justificació expressa del compliment de tota la normativa vigent que afecti l'establiment, en matèria urbanística, de construcció, instal·lacions i seguretat.
- Plànol detallat de l'òptica.
- Terminis previstos d'execució de les obres.



En el nostre cas aquest punt no s'ha portat a terme pel fet que és un treball única i exclusivament teòric.

-Memòria descriptiva de les instal·lacions i de les activitat que es realitzin, que detalli:

- Operacions realitzades a cada zona de la instal·lació d'acord amb el plànol presentat
- Relació de l'equip, eines i aparells disponibles en cadascuna de les zones.

-Documentació relativa a l'organització de l'empresa:

- Organigrama, relació i funcions del personal de l'òptica
- Documentació acreditativa de les titulacions i de la col·legiació, si escau, del personal de l'òptica
- Model de registre de les prescripcions òptiques realitzades
- Model del registre individualitzat per client dels resultat obtinguts en les avaluacions de la capacitat visual realitzades a l'òptica, mitjançant la realització de proves optomètriques
- Procediment per a la gestió d'incidències i/o reclamacions i l'adopció de les mesures correctores o preventives(annex IV)
- Model del registre de les operacions de cal·libració i manteniment de tot l'equipament i utillatge que ho requereixi
- Declaració signada pel responsable de l'òptica conforme la documentació clínica emprada i el sistema d'arxiu s'ajusta a la Llei 21/2000, de 29 de desembre, sobre els drets d'informació concernent a la salut i l'autonomia del pacient, i la documentació clínica.
- Indicació de l'horari d'obertura de l'òptica i de la presència de la directora tècnica de l'òptica

-Informe en el qual s'indiquin les raons de cessament de l'activitat

-Declaració del responsable en què es comprometi al trasllat de la documentació clínica a l'arxiu històric corresponent

-Llicència municipal

### **2.3. Taxes:**

D'acord amb l'article 169 del capítol V del títol VII de la Llei 15/1997, de taxes i preus públics de la Generalitat de Catalunya, amb la redacció donada per la Llei 7/2004, de mesures fiscals i administratives, l'estudi, els informes i la inspecció, si s'escau, de la resolució dels expedients d'autorització administrativa d'instal·lació, modificació, permís de funcionament i trasllat dels centres, serveis i establiments sanitaris, per part del Departament de Salut, estan sotmesos al pagament d'una taxa. El pagament de la taxa es pot exigir a la bestreta en el moment de presentar la sol·licitud. La quota actual

fixada al punt 1.3 d'aquest article per als establiments sanitaris, com és el cas de les òptiques, és de 207,55€

#### **2.4. Implicacions ètiques, legals i protecció de dades**

És evident que la obertura d'un nou establiment sanitari serà positiva per a qualsevol localitat, independentment de si a la llarga és viable o no. El fet de poder garantir una millora de la qualitat de vida, millorant la qualitat visual de les persones és un servei que molts assegurarien com a primordial. El fet de poder portar a terme això amb un preu raonable és encara millor.

Com a òptics-optometristes i professionals de la salut, és un deure poder oferir aquests serveis, a més de noves formes de seguir millorant en quant a qualitat de visió. En cas de que la òptica es portés a terme seria necessari que el projecte complís la llei orgànica 15/1999 de Protecció de Dades de Caràcter Personal. Aquesta llei diu que les dades dels clients deuran estar en un arxiu sota clau, en format electrònic tal i com s'indica a l'article 26 d'aquesta i deurà donar permís de l'existència de l'arxiu a l'agència de protecció de dades.

### **3. Descripció de l'activitat: el producte o servei**

El nom comercial de la empresa és ÓPTICA BASSOL. El seu logo serà:

FIGURA 1:



Font: [www.google.com](http://www.google.com)

Està localitzada a Hospitalet de Llobregat, municipi de la comarca del Barcelonès, província de Barcelona. La direcció exacta és Avinguda Carrilet, número 3, Local 7 (Ciutat Judicial) i codi postal 08902, al barri de Santa Eulàlia.



Zona en negre: **Ciutat Judicial**

Zona en vermell: **Edifici D, Òptica BASSOL**

El servei que donarà l'empresa estarà destinat als **treballadors de Ciutat Judicial** (funcionaris, advocats, jutges, mossos d'esquadra...) i a les persones del **barri de Santa Eulàlia** en primera instància, tot i que l'objectiu, com s'explicarà més endavant és arribar al major número de persones possibles.

### 3.1. Els productes o serveis que componen l'activitat general de l'empresa

Al nostre establiment, a través d'un servei personalitzat i orientat al client, portarem a terme les següents **activitats**:

- Examen i anàlisi visual
- Millora del rendiment visual per medis físics, tals com les ajudes òptiques (ulleres graduades, protectores, filtrants a les radiacions solars o lumíniques d'origen natural o artificial, ulleres de sol, lents de contacte i altres medis adequats), pràctiques d'optometria, reeducació, prevenció i altres activitats similars.
- Venta, subministrament, verificació o control dels medis adequats per a la prevenció, detecció, protecció, compensació i millora de la visió.
- Servei de Contactologia: adaptació de lents de contacte i seguiment de la mateixa.
- Venta de productes de neteja i manteniment de lents de contacte toves i rígides (solucions úniques, solucions salines, peròxids, sabons, acondicionadors per a RPG, llàgrima artificial mono i multi dosis)
- Venta de lents oftàlmiques i producte de neteja per a les mateixes.
- Productes per a higiene ocular.
- Piles per a audiòfons, fundes, gamuses..

Per oferir un millor servei/producte, la nostra empresa té com a principi primordial el bon tracte als clients/pacients. Totes i cadascunes de les persones que entrin a la botiga han de saber que ens interessa el seu problema o la seva necessitat i que ho solucionarem de la millor de les maneres. Hem d'aconseguir saber com es diu aquest client per poder cridar-lo pel nom i que es senti còmode, què vol, com ha conegut la òptica (descomptes més endavant)...

Les marques amb les quals treballarem seran, parlant de la **part oftàlmica**, principalment amb Carl Zeiss.

**Carl Zeiss** és la companyia líder internacional en el camp de l'òptica, tant per a tecnologia mèdica com per a investigació, solucions industrials i òptica de consum. Carl Zeiss ha contribuït al progrés tecnològic en tot el món des de fa més de 160 anys, i avui està present en 40 països amb 40 centres de producció i més de 50 filials en vendes i service aproximadament 20 centres de I+D al voltant del món.

Va néixer a Alemanya (1846). Va començar a estar present en Espanya a partir del 1892. Els seus productes són sinònim de qualitat i màxim confort visual.

### 3.1.1. Productes en lents oftàlmiques:

- **Monofocals:** per a problemes en visió llunyana o propera generalment, diferenciem monofocals estàndard i monofocals individualitzats.

-**Lents digitals:** destinat a aquelles persones de entre 30 i 45 anys que comencen a experimentar estrès visual a causa, sobretot, de l'ús dels dispositius digitals. Síntomes com "ulls cansats", mal de cap o de coll, per exemple, són els indicadors.

-**Lents progressives:** destinades a persones prèsbites, des de les games més baixes fins a les individualitzades. Diferenciem també els **ocupacionals**, progressiu orientat a unes distàncies de treballs diferents a les habituals.

En quant a **tractament** dels productes Zeiss:

	Dureza	Resistencia a la suciedad	Facilidad de limpieza	Antirreflejo
DuraVision® Platinum	★ ★ ★ ★ ★	★ ★ ★ ★ ★	★ ★ ★ ★ ★	★ ★ ★ ★ ★
LotuTec®	★ ★ ★ ★	★ ★ ★ ★	★ ★ ★ ★ ★	★ ★ ★ ★

Font: [www.zeiss.es](http://www.zeiss.es)

Tot i que principalment treballarem amb Zeiss, també tindrem altres marques com: Essilor, Prats e Indo, amb l'objectiu de recórrer a elles en cas que sigui necessari.

### 3.1.2. Productes en lents de contacte:

En quant a la **part contactològica** comptarem principalment amb CibaVision, Bausch&Lomb, Cooper i Disop com a marca més econòmica.

En quant a **muntures** comptarem amb Luxottica, Sáfilo, Silhouette i Etnia Barcelona.

#### **-Oferta de producte:**

- Qualsevol client que no sigui ni veí de la zona ni treballador de Ciutat Judicial haurà de pagar el producte de manera íntegra, a no ser que sigui familiar o amic d'algun altre client (opció a petit descompte per guanyar la venda al nou client)
- En el cas de veïns se'ls aplicarà el 40% de descompte en muntura i vidres.
- En el cas dels treballadors de Ciutat Judicial se'ls aplicarà el 40% de descompte en muntures i un 50% en vidres graduats.

Qualsevol producte tindrà 2 anys de garantia per tot el que siguin defectes de fabricació.

En quant a lents multifocals hi haurà 2 mesos de prova i adaptació. En cas de no adaptació, buscarem una altra solució sense càrrec o s'abonarà diferència en cas d'augmentar de gama.

### **3.2. Necessitats que cal cobrir**

Tot i que problemes de visió pot tenir tothom, des de nens petits fins a persones de 80 o més anys, és cert que a mesura que ens apropem a aquests últims van sorgint més problemes de visió. Aquestes persones seran clients potencials. D'altra banda, les persones d'entre 18 i 45 anys seran els majors clients de lents de contacte i ulleres de sol, tot i que no vol dir que fora d'aquests límits no es consumeixin aquest tipus de productes.

Concretament ens centrarem en les persones del barri de Santa Eulàlia, on trobarem des de nens en edat escolar fins a pares/mares que poden treballar o no, i/o avis (gent gran) jubilats o en previsió de fer-ho.

També els funcionaris de Ciutat Judicial, com poden ser mossos, policies, advocats, procuradors, jutges, secretaris, metges forenses (o d'altres)... En aquest cas, l'objectiu principal és cobrir les seves necessitats visual del dia a dia, sobretot durant la jornada laboral. Per tant, estaran a l'ordre del dia els progressius ocupacionals, les lents digitals, les ulleres per a visió propera i els progressius estàndard, tenint bastant present l'estètica i la moda.

Per tal de diferenciar-nos de les altres òptiques establirem conveni amb les empreses del voltant de Ciutat Judicial, i amb cadascun dels edificis que componen la zona, de manera que tots els treballadors tindran fins a un 50% de descompte en vidres i un 40% en muntures com ja hem comentat, amb excepcions (edicions limitades, exclusives...). Els familiars dels treballadors també disposaran d'aquest descompte sempre i quant vinguin acompanyats de la persona o hi presentin la targeta bassol premium\* del treballador.



Figura: targeta bassol premium

Font: [www.google.com](http://www.google.com)

\*La targeta bassol premium és un document que tots els clients (treballadors de Ciutat Judicial o no) aconseguirien en realitzar la primera compra. Aquesta targeta els proveirà del 40% de descompte en pròximes compres en vidres i muntures (amb excepcions). A més d'això per cada compra que realitzin se'ls proporcionaran punts (1punt = 1€ descompte) per canviar per productes de l'establiment, ja sigui en ulleres, lents de contacte o instruments de neteja, en la nostra o en les altres botigues de la cadena. Com a última avantatge de la targeta, és transferible. Si la deixen a amics o familiars, proveiran a altres persones dels mateixos descomptes i per agrair aquest acte, posarem els punts de la venda d'aquesta persona a la fitxa del propietari de la targeta (acumulació de punts = € de descompte).

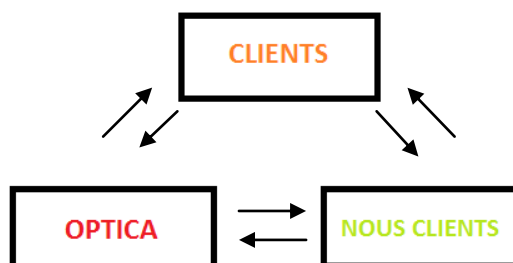


Figura: Triangle Bassol Premium

Font: elaboració pròpia

Es considera també un altre element diferenciador el tracte als clients. Elemental i primordial, i un producte de qualitat (p. ex. Carl Zeiss)

Es tindrà en compte que normalment, els articles venuts en una òptica són productes de llarga durada (per ex. ulleres), per tant es sobreentén que el client busca un mínim de qualitat i servei.

#### 4. Anàlisi de l'entorn i el mercat

##### 4.1 Anàlisi de l'entorn:

Per realitzar aquest anàlisi és necessari fer un anàlisi PEST, es tracta d'una eina d'anàlisi de l'entorn extern i és l'acrònim dels factors:

- Polítics
- Econòmics
- Socials
- Tecnològics

##### 4.1.1. Entorn polític i legal

Des de bastants anys enrere l'Hospitalet ha estat una zona de política socialista. Des de les últimes eleccions democràtiques de 1979, els tres alcaldes que han passat (Juan Ignacio Pujana Fernández, Celestino Corbacho Chaves i Núria Marín Martínez) pertanyien al PSC-PSOE.

##### 4.1.2. Entorn econòmic

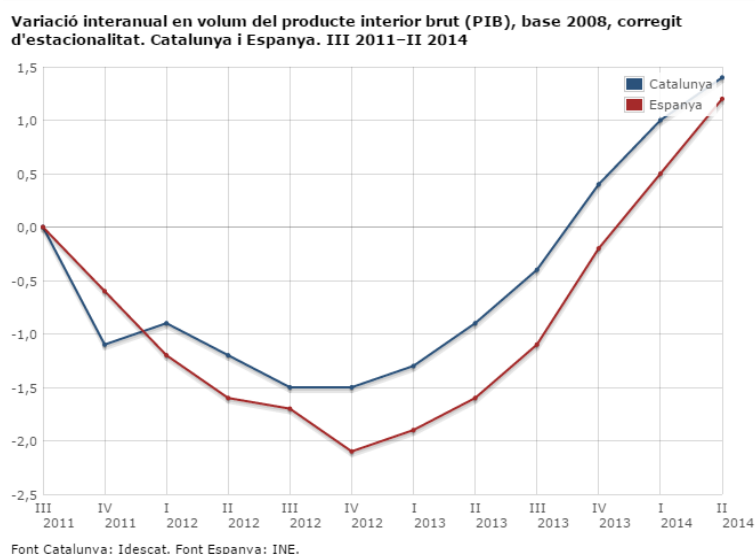
Segons l'Institut Català d'Estadística (Idescat):

-El **PIB** creix un 1.4% interanual a Catalunya al segon trimestre del 2014, segons dades corregides d'efectes estacionals i de calendari

-Des del vessant de l'oferta, tots els sectors mostren taxes de variació interanuals positives, excepte la construcció (-5,1%). Així, l'agricultura puja un 0.5%, la indústria un 1.5% i els serveis un 2%. També augmenten els impostos nets sobre els productes (2,3% interanual). A Espanya, el PIB corregit d'efectes d'estacionalitat creix un 1,2% interanual.

-En termes intertrimestrals, el PIB corregit d'estacionalitat creix un 0,6% a Catalunya i presenta el mateix creixement que al trimestre anterior. Data de publicació: Darrer període (II trimestre 2014): 26 de setembre del 2014. Proper període (III trimestre 2014): 19 de desembre.





**Creixement del PIB:** <http://www.idescat.cat/economia/inec?tc=3&id=0007>

### Atur:

Segons Idescat l'atur registrat per sexe al 2013 en l'Hospitalet ens informa que hi ha més homes parats que dones, en número 12.700,2 i dones 10.992,4. Segueix el mateix patró a tot el Barcelonès amb 89.975,6 d'homes i 84.903,3 dones. De la mateixa manera a Catalunya ens trobem 323.64,7 homes i 313.640,1 dones.

Si ens centrem en el sector de serveis de l'any 2013 veiem que: a Hospitalet del Llobregat es troben 15.941,6 persones sense treball remunerat. Al Barcelonès 124.784,7 i seguint el patró, a Catalunya 406.914,6. El sector de serveis és el més afectat.

<b>Treball</b>	<b>l'Hospitalet de Llobregat</b>	<b>Barcelonès</b>	<b>Catalunya</b>
<b>Atur registrat. Per sexe. Mitjanes anuals. 2013</b>			
Homes	<b>12.700,2</b>	89.975,6	323.654,7
Dones	<b>10.992,4</b>	84.903,8	313.640,1
Total	<b>23.692,6</b>	174.879,3	637.294,8
<b>Atur registrat. Per sectors. Mitjanes anuals. 2013</b>			
Agricultura	<b>124,1</b>	845,9	12.865,4
Indústria	<b>2.785,7</b>	19.361,2	93.945,3
Construcció	<b>3.800,3</b>	22.232,6	92.349,5
Serveis	<b>15.941,6</b>	124.784,7	406.914,6
Sense ocupació anterior	<b>1.040,9</b>	7.655,0	31.220,0
Total	<b>23.692,6</b>	174.879,3	637.294,8

Font: [www.idescat.cat/emex/081017](http://www.idescat.cat/emex/081017)

### Inflació a Espanya:

La taxa de variació anual del IPC a Espanya en Octubre de 2014 ha sigut del -0.1%, 1 dècima superior a la del mes anterior. La variació mensual del IPC (Índex de Preus al Consum) ha estat del 0.5% de forma que la inflació acumulada al 2014 és del -0.4%.

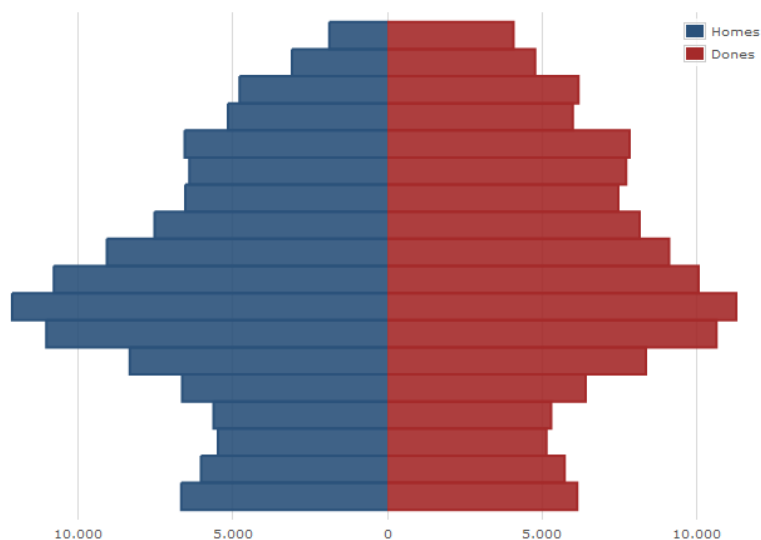
S'ha de destacar la pujada del 11% de preus de vestit i calçat, fins a situar-se la seva taxa interanual en el 0.3%, que contrasta amb el descompte de preus de Comunicacions del -1.5%, i una variació interanual del -5.7%

Com veiem en el cas d'Espanya i de la situació actual, s'han abaixat els preus com a altres països de la Unió Europea (Bulgària, Grècia..) tot i així la norma general és que hagi pujat. <http://www.datosmacro.com/ipc-paises/espana>

### 4.1.3. Entorn sociodemogràfic i cultural

Hospitalet de Llobregat amb una superfície de 12.50 km<sup>2</sup> i una densitat de població de 20.324,48 hab./km<sup>2</sup> és el segon municipi de Catalunya en número d'habitants (254.056 en 2013). D'aquest total la majoria són espanyols (199.324hab) però una part significativa és estrangera (54.732hab).

Del total d'habitants el 48,7% són homes i la resta són dones. Del total, un 14% són nens de 0 a 14 anys. La gran majoria (66%) són persones d'entre 15 i 64 anys. Un 17 són adults d'entre 65 i 85 anys i la resta persones més grans de 85 anys. Ho podem veure reflectit a la piràmide poblacional. La part amb més amplitud és la zona intermèdia, les edats compreses entre els 30 i el 50 anys, per tant podem dir que és una ciutat relativament jove. Tot i així, en aquestes edats es presenta la presbícia i per tant serà un públic habitual d'ulleres o de lents progressives, entre d'altres.



Font: Idescat. <http://www.idescat.cat/emex/?id=081017&lang=es#h7>

Dels habitants a partir de 16 anys cap endavant la gran majoria tenen estudis de segon grau i una part no poc significativa (30.018hab) tenen estudis universitaris.

En quant al català el 90% de la gent ho entén, el 50% el sap parlar, el 60% el sap llegir, el 40% el sap escriure i només el 8.8% no l'entén.

Altres temes importants són per exemple els hàbits de consum. La despesa mitjana anual per llar d'una família catalana són 29.960€ corrents, més que la mitja de la despesa anual de la resta d'Espanya (28.152€).

Font: Idescat, a partir de dades de l'Enquesta de pressupostos familiars, base 2006

\* La població de referència per als resultats del 2012 és el Cens del 2011.

La renda mitjana anual per persona en homes és 12.162€ i en dones 12.027€.

### Transport

Està comunicat via metro, RENFE i FGC, i també el Trambaix. Les parades més important són les de Hospitalet-Avinguda Carrilet, Hospitalet Rambla Just Oliveras i Bellvitge-Gornal.

Serà fàcil arribar al nostre establiment mitjançant Ferrocarrils Catalans(FGC) a la parada Ildefons Cerdà, en metro L1(vermella) a la parada Santa Eulalia o mitjançant diverses línies de bus com el CJ o el V3.

### 4.2. Característiques del sector

El mercat de la distribució d'òptica a Espanya està compost per grups de compra, franquícies, venda en gran superfícies i establiments especialitzats. Respecte a la demanda potencial, s'estima que quasi bé el 50% de la població espanyola té problemes de visió i utilitza correccions òptiques. Tot i així, s'estima que més del 50% de la població té una capacitat visual per sota de les seves necessitats. Parlem d'un **sector madur** en el que encara s'experimenta cert creixement, a l'augmentar progressivament el consum de productes d'aquest tipus. Als últims anys s'ha vist que les ulleres, especialment les de sol, es consideren un complement més de la moda. A més, ha augmentat el número de persones que utilitzen lents de contacte de rebuig que suposa anar periòdicament a la òptica per renovar-les.

Aquest augment dels consum ha generat a la mateixa vegada, un gran augment del número d'establiments òptics i com a conseqüència, la dura **competència** entre ells en relació als preus. Tot i així, moltes òptiques estan canviant avui dia d'estratègia per oferir als seus clients més qualitat, un millor servei i més atencions que la competència.

Actualment, s'està lluitant molt des del sector per que es porti a terme una correcta **regulació legislativa** i una bona educació en salut visual, degut al fet que s'estan venen productes de ínfima qualitat, com són ulleres de sol o graduades en basars, venda ambulant, etc. També, la venda per Internet és cada vegada més freqüent. Tot això porta a un descontrol i falta de vigilància sobre els articles venuts que serà perjudicial per tots aquells pacients que caiguin en aquest tipus de vendes.

Un altre problema amb el que es troba el sector és l'avanç que està aconseguint la cirurgia làser, fent referència a operacions destinades a correccions refractives.

Resumint, el sector de la òptica ofereix una sèrie d'avantatges i oportunitats susceptibles de ser aprofitades. S'està donant un augment de la clientela "potencial", motivat entre d'altres causes, per l'envelliment de la població, l'ús de les noves tecnologies i el gust per l'estètica i la moda.

### 4.3. Anàlisi del mercat

#### 4.3.1. Àmbit, evolució i tendències

Des de fa un parell o tres d'anys s'ha deixat de banda la ullera minimalista a l'aire per donar pas a la ullera gran i de pasta. Tot i que és una qüestió de moda i de tendències, les ulleres de pasta estan encara al número 1 de la demanda. Quasi bé la majoria de marques d'ulleres han tret alguna col·lecció d'ulleres de pasta més o menys grans, i entre totes elles el negre és el color que més destaca. La forma més portada els últims mesos és la rodona, a l'estil John Lennon. Es torna a portar l'estil "Retro". Tot i així, es porten de totes formes i colors.

D'altra banda pel que fa a les ulleres de sol, estan molt de moda els emmirallats. Principalment ho treien marques més esportives com pot ser *Oakley* o *Arnette*, però ara, inclús marques com *Vogue*, més femenina, han tret alguna col·lecció incloent emmirallats. Destaquem també que les ulleres de sol també són més grans que fa uns anys, de igual manera que ha canviat la muntura de graduat ho ha fet la de sol.

Seguint la tendència seguida fins al 2014, es preveu que els pròxims anys continuï portant-se la ullera de pasta i bastant gran. Tot i així marques com Etnia Barcelona i Marc Jacobs comencen a barrejar estils (varilles de pasta i frontal metàl·lic, frontal de pasta i varilles de pasta...). En quant a les ulleres de sol, és probable que es continuï portant els emmirallats i les ulleres de colors.

#### 4.3.2. Segmentació del mercat

Per desgràcia, problemes visuals pot tenir des d'un nadó fins a una persona gran, per això diem que no hi ha massa distinció entre clients del sector. Tot i així, és ben cert que a mesura que ens anem fent grans hi ha un augment de problemes de salut, i per tant també visuals. Tenint en compte això veurem que les persones de la tercera edat seran clients potencials.

Pel que fa al barri de Santa Eulàlia i voltants, els clients seran de totes les edats i amb problemes de visió diversos però, pel que fa a Ciutat Judicial, els clients (en edat de treballar) estaran més preocupats pel que fa al seu ambient laboral, és a dir, per l'ús d'ordinadors primordialment i l'ús de la visió propera. Un altre punt important serà l'ús

de lents de contacte, ja que un ampli ventall de clients seran joves d'entre 18 i 35 anys, sector més preocupat per l'estètica.

### 4.3.3. Anàlisi de la competència

Per l'anàlisi de la competència s'ha de distingir els següents competidors:

-*Altres establiments d'òptica*: es tracta d'altres òptiques independents que es troben a la mateixa zona d'influència.

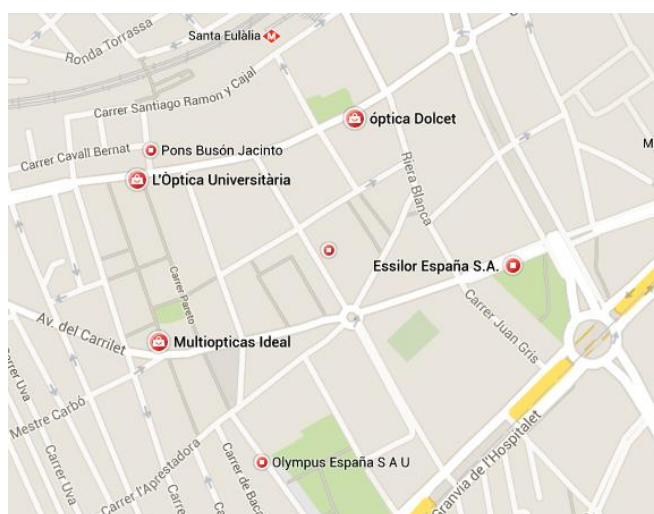
-*Òptiques perteneixents a grans grups comercials*: ens referim als establiments d'òptica de les grans cadenes com Òptica Universitaria, Multiòptiques..

-*Grans superfícies i centres comercials*: com El Corte Inglés o Gran Via 2, que entre tota la seva gama de productes i serveis compten amb òptiques pels seus clients, a més d'ulleres de sol de primeres marques.

-*Comerç d'ulleres de sol*: és dediquen única i exclusivament a la ullera de sol, i ofereixen un ampli ventall de marques i models.

-*Farmàcies*: venda d'ulleres per a visió propera, les busquen els clients amb "vista cansada" o presbícia.

-*Basars, botigues multipreu, venta ambulants*..: les ulleres d'aquests establiments són de baixa qualitat i poden ser inclús perjudicial per a la salut visual.



Font: "googlemaps" Altres establiments d'òptica

Veiem-les amb detall:

NOM	PRODUCTE/SERVEI	PÚBLIC	PREU	QUALITAT	OBSERVACIONS
<b><u>Establiments d'òptica</u></b>					
<b>Òptica Dolcet</b>	Essilor	Santa Eulalia	250€ vidres de progressiu mig	Bona	Poca informació.
<b><u>Grups comercials</u></b>					
<b>Òptica Universitària</b>	Prats	Santa Eulalia	300€	Bona	Bona atenció, informació entenedora.
<b>Multiòptiques</b>	Essilor	Santa Eulalia	750€ progama alta	Bona	Informació mal donada.
<b><u>Grans superfícies</u></b>					
<b>Allain Afellou</b>	Diversos proveïdors	Hospitalet	-	-	No informació.
<b><u>Altres</u></b>					
<b>Farmàcia Ciutat Judicial</b>	-	Santa Eulalia/Ciutat Judicial	25€	Dolenta	Ulleres premuntades per a prèsbites.
<b>Basar Santa Eulalia</b>	-	Santa Eulalia	5-10€	Pèssima	Ulleres de sol barates.

Per tal de veure com actua la competència i amb quines marques treballa he anat personalment a preguntar preus. En concret, he demanat que em fessin un pressupost de: Progressiu gama alta per a una graduació de +2D de lluny amb addició de +3, monofocal d'oferta amb muntura per a una graduació de -2D i lents de contacte per a aquesta mateixa graduació d'oferta o marca blanca.

#### **Òptica Dolcet:**

Tot i que el tracte va millorar respecte a Multiòptiques encara ho considero insuficient. No em fa seure per donar-me importància i comoditat. M'ho explica ràpid i sense esperances en fer cap venda.

En quant a la marca principal ens recomana Essilor. No em vol dir quin preu tindria un progressiu gama alta, només es refereix a un de gama mitjana (250€).

En quant a ofertes en monofocals res en concret. En explica que podem tenir muntura i vidres a partir de 89€.

### **Òptica Universitària:**

Bon tracte i explicacions ben donades. Treballen principalment amb Prats però també posen Zeiss com a producte de major qualitat. Fan un 45% de descompte a tothom en vidres graduats. El preu del progressiu gama alta ronda els 300€ (Prats), però ens comenten que és millor el Superb de Zeiss (340€). Aquests preus no coincideixen amb els preus de la tarifa de 2014. En quant a monofocal posen Prats com a primera opció amb un preu de 44€. No existeix oferta amb muntura. En quant a lent de contacte esfèrica mensual ens ofereixen Lentsoft(marca Universitària) però ens comenten que hi ha altres marques dels proveïdors Bausch o Cooper.

### **Multiòptiques:**

El tracte no ha sigut bo. D'entrada cal dir que treballen amb Essilor. Al preguntar per altres marques no em sap explicar quins avantatges tenen els vidres Varilux respecte als altres. Al preguntar pel progressiu de gama alta ens explica que lo màxim serien 650€ (no és cert segons la tarifa d'Essilor) però que hi ha una oferta on el mateix vidre + un ocupacional graduat de la mateixa marca sortiria per 750€.

Pel que fa al monofocal no ens explica res, simplement em dona un fulletó i em diu que allà hi són totes les ofertes de monofocals. Ja no li pregunto per les LC.

### **Alain Afllellou**

Intentem contactar mitjançant telèfon i només ens diuen que treballen amb diversos proveïdors i que tots fan progressius personalitzats però no ens donen preus. En quant a monofocals tenen com a oferta la segona ullera per un euro més, però sense cap tipus de tractament.

### **Farmàcies, basars...**

Els preus són baixos però la qualitat és ínfima. En el cas de les farmàcies ens reconeixen que els clients que acudeixen en busca d'ulleres per prop busquen el més barat possible i els és igual la qualitat.

#### **4.3.4. Anàlisi dels proveïdors**

Un altre punt a tenir en compte són els proveïdors, com ja s'ha parlat anteriorment, en quant a lents oftàlmiques comptarem amb:



-Carl Zeiss en primer lloc, tot i que també comptarem amb Essilor, Prats e Indo.

En quant a muntures graduades i de sol:

-Luxóttica, Sáfilo, Silhouette i Etnia BCN

En quant a lents de contacte:

-Ciba Vision, Baush&Lomb, CooperVision i Disop com a marca més econòmica.

Solucions de manteniment i neteja:

-Disop(Dua, Hidroheas), Baush&Lomb (Biotrue), CibaVision (Optifree), Menicon (Menicare)

### **4.3.4.1 Distribució**

La distribució dels nostres productes es farà mitjançant l'establiment físic i també, a través de la Web. A la òptica, els clients estaran atesos per l'òptic/a-optometrista de manera que se'ls podrà oferir un tracte més directe, donar solucions personalitzades al seu problema, oferir nous productes i evidentment, revisió visual en cas que sigui necessari. A través de la Web, els clients també podran aconseguir els seus productes, excepte en el cas de vidres graduats, per evitar problemes d'adaptació. A la Web el descompte serà un 10 % inferior (30%) per donar importància als clients que van directament a la òptica.

La logística de la Web la portarà una persona especialista en publicitat(la mateixa persona de les altres Bassols). Aquesta persona treballa mitja jornada de dilluns a divendres. Cada dia rep comandes fetes per Internet i és ella qui s'encarrega de fer arribar les ulleres als consumidors. També s'encarregarà de renovar la Web, de posar les promocions eventuais i actualitzar convenis amb les empreses. El seu sou ja estipulat vindrà a càrrec dels altres companys de la franquícia.

## 5. Anàlisi DAFO

<b>OPORTUNITATS</b>	<b>AMENACES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Espanya es situa entre els principals mercats europeus del sector òptic</li> <li>-Recuperació del sector òptic</li> <li>-Augment de la clientela potencial</li> <li>-Atenció personalitzada</li> <li>-Producte de qualitat, salut i estètica</li> <li>-Ser diferents</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Crisis econòmica</li> <li>-Infravaloració del paper de l'òptic-optometrista</li> <li>-Fort guerra de preus per guanyar clients a costa del marge de l'òptic</li> <li>-Increment de la competència</li> <li>-Avanç en la cirurgia</li> <li>-Aparició de nous competidors</li> </ul>
<b>FORTALECES</b>	<b>DEBILITATS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Orientació al client</li> <li>-Inclusió de noves tecnologies</li> <li>-Preocupació pel medi ambient i els més desfavorits</li> <li>-Centrament en un perfil de client determinat(sense oblidar els altres)</li> <li>-Emfatitzar el paper d'òptic-optometrista</li> <li>-Potenciació de les explicacions del valor als clients</li> <li>-Alta rotació de productes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Gran dificultat per fidelitzar</li> <li>-Poc coneguts al mercat</li> <li>-Poca experiència de l'emprenedora i dels treballadors( gent jove)</li> </ul>

### 5.1. El pla estratègic

Un cop establerts els punts forts i febles de l'empresa, així com les oportunitats i les amenaces que es deriven de l'entorn i del mercat, és el moment de definir els objectius i formular l'estratègia de l'empresa per a assolir aquests objectius. Tenint en compte l'anàlisi DAFO, crearem estratègies per aprofitar les oportunitats i potenciar els punts forts, de manera que també minimitzarem les amenaces i els punts febles de l'empresa.

#### 5.1.1. Visió i missió

Cal respondre:

- Quina necessitat satisfà o quin problema resol?
- Quina clientela pretén assolir?
- Com es satisfarà la necessitat que es pretén abordar?

La **missió** defineix el propòsit principal de la nostra empresa, és a dir, per què existeix. Al nostre establiment pretenem millorar la qualitat visual dels nostres clients a través d'un diagnòstic integral, utilitzant capital humà compromès i la millor tecnologia.

Brindarem un assessorament professional i personalitzar als nostres clients, oferint solucions relacionades amb la salut visual i la cura estètica de la seva imatge. Prestació d'un servei de qualitat, cobrint les seves necessitats més enllà de les seves expectatives.

La **visió** és una declaració de a on es vol arribar l'empresa en el futur. Als pròxims anys volem ser reconeguts com a una empresa d'excel·lència, en quant a serveis i productes que ofereix. Mantenir el model de negoci i una imatge reconeguda com a resultat de la satisfacció dels nostres clients i del creixement personal dels nostres col·laboradors.

Els **valors** defineixen la nostra forma de treballar i d'existir per arribar a la nostra visió. Els principals valors que definiran la nostra empresa seran els següents:

*-Professionalitat:* comptarem amb un equip dinàmic i professional per assegurar la qualitat en tot i cadascun dels serveis prestats.

*-Orientació al client:* satisfer les necessitats dels clients constitueix el sentit de la nostra empresa, pel que l'actuació diària girarà entorn a aquest valor. Fidelitzar als clients dependrà, en part, del tracte exquisit e individualitzat i també de la qualitat del servei.

*-Compromís:* sabem que no hi ha millor inversió de futur ni major aval que complir amb la paraula donada.

*-Ser propers amb la clientela:* sense deixar de tenir una relació professional, volem ser propers amb els nostres clients. Establir un vincle de confiança amb ells per donar-los seguretat a l'hora de plantejar qualsevol dubte o necessitat. Els treballadors mostraran implicació personal amb qualsevol client.

*-Treball en equip:* per a una major eficàcia. Sentir-se part d'un equip és motivador.

*-Innovació, flexibilitat:* Comptarem amb la última moda en ulleres per adaptar-nos a la necessitat dels nostres clients. Utilitzant les noves tecnologies per donar a conèixer els nostres productes i serveis arribarem al major número de persones.

Els objectius d'aquesta forma d'actuar, pel primer any, són aconseguir una clientela que ens permeti cobrir els costos generats per la primera inversió i a més, fidelitzar-los per tal que portin als seus amics o familiars i que tots plegats ajudin a aconseguir uns beneficis majors.

## 6. PLA DE MÀRQUETING

### 6.1. Política de comunicació: promoció i publicitat

Per tal d'impulsar la demanda dels diferents productes i serveis, captar nous clients i sobretot conservar els que es tenen s'han d'utilitzar diferents eines o variables de comunicació que donin moltes possibilitats d'afegir valor al producte/servei. Tenint clar el públic al que ens dirigim i que volem transmetre, utilitzarem:

- **Logotip/Imatge Bassol:** aquesta imatge s'identificarà bé a la web, al rètol, a les bosses (10 caixes de 250 unitats) 2.500€
- **Fulletons/Butlletins/tríptics:** en els temps que corren en el que les tecnologies estan ocupant la nostra vida, el diferent és rebre una carta física. La primera tanda de flyers serà de 5.000 unitats, 108€ més els costos d'enviament 18€. En total: 133€. La persona encarregada de la seva repartició cobrarà 10€ per cada 1.000 flyers repartits.
- **Mantells:** Repartirem pels bars/restaurants que hi ha per la zona. En farem 25.000 unitats i tindran un cost de 1080€
- **Correus electrònics amb promocions puntuals:** aprofitant la era de la tecnologia, cada cop que comencem una nova promoció s'enviarà als clients via mail per tal d'arribar a un públic major. S'encarregarà d'això la noia/noi encarregada de la pàgina Web que serà la mateixa que a totes les altres Bassols.
- **Samarretes equip de futbol Santa Eulàlia:** pagament de 800€ de la inscripció de la lliga de l'Ajuntament, amb samarreta inclosa i estampació. 10€ per samarreta i estampació. Aproximadament 1.000€.
- **Botiga electrònica/web (30% de descompte):** es crearà una pàgina web per tal de donar una altra alternativa al client però el descompte serà inferior. L'objectiu d'això és el fet de valorar més el tracte directe ja que les compres a través de la web ens priven d'oferir altres productes i aconseguir més vendes. La persona que s'encarrega de la Web està contractada pels propietari de les altres Bassols.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Bosses	X											
Fulletons/tríptics...	X								X			
Mantells	X											
Correus electrònics		X			X			X			X	
Santa Eulalia BUS												X
Equip Bàsquet/Futbol Hospitalet	X											

Font: elaboració pròpia

\*Demanda orientativa de publicitat per part de la òptica repartida durant l'any. S'intentarà fer una sola comanda de bosses a l'any, però en cas que sigui necessari es farà una altra comanda. De la mateixa manera la planificació publicitària de fulletons, tríptics, correus, etc., serà susceptible de canvis.

## 6.2. Previsió de vendes:

En aquest apartat intentarem fer una previsió de les vendes del negoci tenint en compte que la situació catalana i espanyola, a causa de la crisi, no passa pel millor moment econòmic. Els mesos més rentables per al negoci seran els d'estiu ja que milloren amb l'augment de les temperatures la gent s'anima molt més a l'ús de lents de contacte, tant a nivell estètic com per comoditat (per anar a la platja, a la piscina..). També augmenta en aquesta època la compra d'ulleres de sol.

Una altra època important pel negoci és el Nadal, ja que la gent aprofita per fer regals d'aquest tipus. A més a més, les rebaixes i Reis fan que el gener també sigui un bon mes.

D'aquesta manera i tenint en compte l'estudi poblacional fet anteriorment, on trobem unes 254.056 persones a l'Hospitalet, de les quals el 16% són perteneixents al propi barri de Santa Eulalia la previsió de vendes per al primer any serà la següent: comptant que hi ha unes 32.988 persones al barri que necessiten ulleres (prèsbites) d'un total de 43.168 habitants, suposem que un 30-40% dels que es vulguin canviar d'ulleres continuarà anant a la seva òptica de confiança, per tant ens queda un alt percentatge que pot provar a la nostra. Gràcies a la utilització de la publicitat (flyeers, bus Carrilet, etc), les promocions, la curiositat, i el nostre saber fer, aconseguirem que aquest 60% restant acudeixi al nostre establiment. Tindrem en compte també que els joves de la població de Santa Eulalia (17.540) d'edats compreses entre 0 a 30 anys, també poden necessitar alguna ajuda òptica (LC, Lents oftàlmiques o ulleres de sol), per tant el % de vendes augmentarà de manera considerable.

Tenim per tant, que el primer trimestre després de l'obertura de l'establiment, es vendran més lents oftàlmiques que lents de contacte ja que en aquest segon cas, abans de comprar les caixes definitives els clients les hauran de provar per tal d'assegurar quina és la que més li convé. També hi haurà un percentatge alt de venda de muntures, intentarem que amb cada parella de lents oftàlmiques el pacient s'emporti també la muntura, evitant així l'aprofitament de les seves. La previsió és d'un 40% lents oftàlmiques, 35% muntures, 20% LC i el 5% restant solucions de neteja, ulleres premuntades, piles per a audífons, etc.

El preu mig que pagaran els clients de la òptica serà d'uns 150€ aproximadament.

### 6.3. Política de preu. Determinació del preu de venda

En aquest apartat es tracta de determinar la quantitat econòmica que pagarà el consumidor per obtenir el nostre producte, tenint en compte també el nostre servei. Aquesta quantitat es fixarà a curt termini ja que, s'haurà d'adaptar segons diversos factors com poden ser: l'època de l'any, les promocions de la competència, novetats... El preu és una potent eina competitiva, i té un gran impacte psicològic sobre els consumidors.

L'objectiu és aconseguir una bona relació qualitat/preu/servei tenint en compte que els preus han de garantir uns costos fixos del negoci, uns costos variables, i si és possible, uns beneficis.

La relació entre el preu i la quantitat demandada és inversament proporcional, és a dir, a menor preu, major demanda i al revés. Tot i així, s'ha de tenir en compte que per sobre d'un nivell determinat no serà rentable pujar els preus dels productes. Per això s'han de saber costos de fabricació, distribució i venda(proveïdors), i fer una inversió raonable.

S'ha de tenir en compte l'existència de l'IVA en els preus dels diferents productes. Tindran un 10% els productes que siguin de primera necessitat, és a dir, lents oftàlmiques, muntures i lents de contacte i un 21% d'IVA les ulleres de sol.

#### Lents oftàlmiques

	Preu de cost	PVP
<b>Progressiu Personalitzat</b>	150€	415€
<b>Progressiu gama alta</b>	125€	360€
<b>Progressiu gama mitja</b>	110€	310€
<b>Progressiu gama baixa</b>	95€	270€
<b>Digital</b>	75€	195€
<b>Monofocal STOCK</b>	30€	85€

\*Totes les lents són orgàniques amb antirreflexant e índex 1.5. Els preus són per lent.

#### Lents de contacte

	PREU DE COST	PVP
<b>DIARIA</b>	10,83€	18,90€
<b>DIARIA TORICA</b>	17,50€	30€
<b>MENSUAL</b>	16,70€	24.90€
<b>MENSUAL TORICA</b>	27,84€	45€
<b>MULTIFOCAL DIARIA</b>	20,05€	32€
<b>MULTIFOCAL MENSUAL</b>	34,08€	65€

\*LC de Ciba Vision

#### Lents de contacte: PACKS

	PVP
<b>Hidrohealth + HidroHeas</b>	65€
<b>BIOFRESH + 2 DUA</b>	48€
<b>BIOFRESH TORIC + 2 DUA</b>	75€

## 7. Area d'Organització i Gestió Empresarial

### 7.1. Estratègia empresarial

L'estratègia que portarem a terme per tal d'aconseguir l'èxit empresarial serà la següent: al nostra establiment hi haurà diferents productes, des dels productes de major qualitat (i personalitzats) fins als de menys qualitat passant per les games intermèdies i marques de qualitat mitja. D'aquesta manera ens assegurem que podrem arribar a tot tipus de públic.

També és molt important el preu. Arribant a un acord amb la marca de vidres Carl Zeiss pel qual se'ns permetrà fer fins al 50% de descompte, ens assegurarem ser bastant competents davant dels establiments propers. Aquesta avantatges també cridarà molt l'atenció de nous clients i un cop havent-los tractat serà feina dels treballadors la seva fidelització.

La formació continuada dels treballadors no serà menys important. Tant l'emprenedor com qualsevol treballador nou a la empresa haurà d'acudir als cursos que fan els proveïdors (Zeiss, Bausch&Lomb, Ciba...) per tal d'estar al dia en novetats. Eventualment es portaran a terme formacions internes de la empresa i reunions motivadores amb l'objectiu de que els treballadors estiguin ben formats i molt motivats de cara a portar a terme la seva tasca.



Un factor desfavorable per a la empresa serà, evidentment, la inversió inicial. A més de totes les ulleres i stocks que tindrem a la botiga, cal comptar amb l'elevat cost de la maquinaria sanitària que utilitzarem. Màquines com el foròpter i el refractòmetre augmenten els costos inicials molt considerablement. Tot i així, escatimar en aquest punt seria un pas enrere ja que el boca a boca entre clients és un factor real i molt important.

Per tant tindrem els següents objectius principals:

1. Cobrir costos inicials: amb ajuda de la publicitat, del propi nom de l'empresa i del saber fer.
2. Fidelització de clients
3. Augmentar la quota de mercat i aconseguir uns beneficis majors (apartat de previsions)

### 7.2. Organització:

En aquest apartat confeccionarem la plantilla que necessitem per a portar a terme les tasques que es portaran de l'establiment.

La plantilla es compondrà de l'emprenedora que serà qui gestioni el negoci (graduada en Òptica i Optometria) i d'una treballadora a jornada completa també graduada en Òptica i Optometria.

Per a la contractació d'aquest treballador farem referència als contractes acollits al programa de foment d'empleats. Aquests tipus de contracte tenen l'objectiu de fomentar la contractació indefinida de determinats col·lectius de treballadors en situació de atur, inclosos aquells que estiguin treballant en una altra empresa amb un contracte a temps parcial, sempre que la seva jornada de treball sigui inferior a un terç de la jornada de treball d'un treballador a temps complet comparable. En el nostre cas, els treballadors han d'estar inscrits en les Oficines de Treball de la Generalitat (OTG) com aturats i estar inclosos en algun dels col·lectius:

-Joves de 16 a 30 anys, ambdós inclosos.

-Majors de 45 anys inscrits a la OTG durant almenys 12 mesos en els 18 mesos anteriors a la contractació. (No serà el nostre cas)

La durada del contracte serà a **temps indefinit** i la jornada pot ser a temps complet o a temps parcial, en el nostre cas serà a **temps complet**. Els contractes indefinits inicials a temps complet, inclosos els fixes discontinus, donaran dret a les següents bonificacions:

-Joves de 16 a 30 anys ambdós inclosos: bonificació de 83,33 euros / mes (1.000 euros / any) al primer any; 91,67 euros / mes (1.000 euros / anys) al segon any, i 100 euros / mes (1.200 euros / any) el tercer any.

Quan aquests contractes es concerneixen amb dones en sectors en els que estan més o menys representades les quanties anteriors s'incrementaran en 8.33 euros / mes (100 euros / any).

-Majors de 45

Tot i que podríem haver escollit un estudiant en pràctiques o un persona que no tingués el grau, ens decanem per l'òptic pel fet que volem fer **horari interromput**, és a dir, la botiga estaria oberta des de les 10 del matí fins a les 8 de la tarda. Durant tot el matí el públic que preveiem que acudeixi a l'establiment seran principalment treballadors de la funció pública, i justament a les 2-3 de la tarda acaben de treballar, per això aquest pot ser un bon moment per tenir la botiga oberta. D'altra banda, a les tardes la gent del barri serà el públic principal. D'aquesta manera em de garantir que a totes hores els clients tinguin la opció de ser graduats o fer una adaptació de lents de contacte, i això només pot venir de la mà d'un òptic-optometrista.

Les **tasques** a fer dins l'establiment es repartiran de la següent manera:

### Òptic-optometrista contractat:

- Revisions visuals
- Atenció i assessorament als clients
- Cobrament a clients
- Realització de comandes(tenint en compte el gust del client) i devolucions
- Recepció de nous articles
- Implantar criteris de merchandising (de botiga i escaparatisme)
- Política de preu i promocions per incrementar el marge brut per període
- Tancament de caixa

Òptic-Optometrista, emprenedora. A més de totes les funcions de l'òptic contractat, l'emprenedora també s'encarregarà de:

- Organització i gestió de l'establiment
- Política de preus, estudi de costos, marketing, promocions i merchandising
- Informàtica de gestió i maneig del software pel sector

Segons com evolucionin els beneficis de l'empresa i el volum de negoci, es contractarà a terme parcial un altre treballador o treballadora per complementar el treball dels òptics graduats en atenció als clients i el manteniment adient del centre de treball.

La franquícia ens proveirà d'un òptic-optometrista substitut en cas de que falti qualsevol dels treballadors de l'establiment de manera que no interfereixi en la situació normal de treball. Aquest òptic substitut haurà d'estar degudament col·legiat, en condicions d'exercir, al Col·legi Nacional d'Òptics-Optometristes.

### Salari:

En el cas de l'òptic-optometrista contractat a temps complert, el salari que rebrà serà el següent:

- Meritacions:

- Salari Base: 1425,90 €
- Gratificacions extraordinàries: 237,65 €
- Salari en espècie: 106,47 €
- Total meritacions: 1770,02 € (A)

- Deduccions:

- Contingències comunes (4.7%): 83,19 €
- Atur (1,55%): 27,43 €
- Formació professional (0,10%): 1,77 €
- IRFP (10%): 177,00 €

Total a deduir: 289,39 € (B)

LIQUIDO TOTAL A PERCIBIR (A) – (B) **1480,63 €**

Durant el primer any de vida de l'empresa, l'emprenedor no rebrà un salari fix sinó que els seus ingressos estaran condicionats pels beneficis que s'obtinguin durant el mateix.

### **7.3. Control**

Per poder porta l'empresa amb cura i ordre i aconseguir els objectius hem de portar un control.

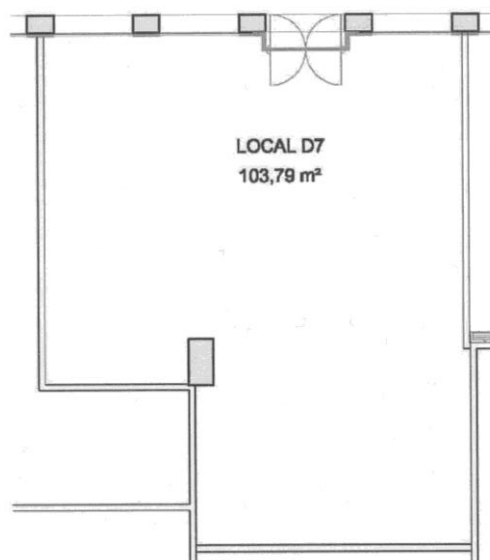
Per controlar l'apartat de clients utilitzarem un programa anomenat ComGesOptica (Gestión de Ópticas para Windows 2.3.5.) connectat amb les altres botigues Bassol. En aquesta base de dades emmagatzemarem totes les dades dels clients com: nom i cognoms, direcció, data de naixement, telèfon de contacte, lloc de treball(pels convenis) i relació amb d'altres clients(descomptes). Fitxa optomètrica: resultats de l'examen visual, persona que l'ha graduat (interna o externa), antecedents visuals. Fitxa contactològica: adaptacions anteriors, adaptació actual, observacions. Encàrrecs i vendes: historial de vendes i encàrrecs feta en aquesta o en les altres Bassols.

L'òptic contractat s'encarregarà cada dia de revisar les fitxes dels clients que han vingut a la òptica i veure que el seu encàrrec està dins dels límits, o si pel contrari, s'estan retardant i llavors trucar al proveïdor. Al final del dia es farà el tancament de

caixa per veure que s'ha entrat al programa tot de forma correcta i que quadren els números del dia. Mensualment es farà un recompte de tot l'estoc venut per porta-ho controlat. Anualment es tornarà a fer recompte de l'estoc de la botiga (inventari).

Totes les ulleres estaran en blocs de columnes tancades distribuïdes per la botiga i també en armaris exclusius de les marques que ens envien els proveïdors (Ray Ban, Oakley, Clic, Polaroid...). A més de les visibles, tindrem més models als calaixos de sota de les columnes. En quant a les lents de contacte d'estoc estaran dins del gabinet ordenades per marques i a la vegada per graduació. Intentarem tenir estoc de totes les marques de lents de contacte que oferim (blisters). En quant als líquids, llàgrima artificial i d'altres productes per a la venda, estaran disposats darrera a les calaixeres de darrera del mostrador, visibles al públic.

Veiem l'esquelet de l'establiment:



Font: *Arxius Bassol*

Un altre punt a tenir en compte per portar un bon control empresarial es qui porta el control dels subsistemes: producció i operacions, comercialització, recursos humans s'encarregarà el propi emprenedor amb ajut de la franquícia però un altre sistema important com el de finances el portarà una gestoria. El preu mensual aproximat d'aquest servei és de 200€.

### 8. Area economic-financera

En aquest punt recollirem la informació de caràcter econòmic i financer per determinar si la empresa és viable o no i analitzar si compleix les condicions de rendibilitat, solvència i liquiditat necessàries a llarg termini.

Llavors, hem de saber què tenim per saber quants diners necessitem, si em de demanar préstec o no, si cal reduir l'estoc o no...

### 8.1.Plà d'inversió inicial

Capital no corrent: els actius no corrents són els actius que corresponen a bens i drets que no són convertits en efectiu per una empresa a l'any, i romandran en ella durant més d'un exercici. És una inversió a llarg termini (pertany a la inversió global).

- **Instal·lacions**

El local en el que portarem a terme l'activitat serà alquilat. D'aquesta manera evitarem que la inversió inicial sigui massa elevada. Tenint en compte que Ciutat Judicial és un complex relativament nou, el local, que abans era un restaurant, estarà totalment reformat: inclou dos lavabos nous i aire condicionat.

Hi trobem varies **zones** localitzades. La primera i principal la trobem passant l'entrada, és la zona on rebrem als clients, molt àmplia i envoltada de les columnes d'ulleres a dreta i esquerra. Al fons trobarem el mostrador principal amb el petit taller i darrera les calaixeres per posar líquids, estotjos, etc. Al costat del mostrador trobarem dos lavabos, el d'us personal i el dels clients, separats per un petit quartet. Sortit d'aquesta zona i tornant cap a la porta de sortida en direcció esquerra trobarem la zona de venda. Més a l'esquerra trobem el gabinet i la zona d'adaptació de lents de contacte. Al fons un petit quartet que utilitzarem per emmagatzemar publicitat, entre d'altres. En total fan una superfície de 103.79 m<sup>2</sup>.

ACCÉS	1,38m <sup>2</sup>
ATENCIÓ AL PÚBLIC	55,18m <sup>2</sup>
MAGATZEMS	3.70m <sup>2</sup>
PETIT TALLER/MOSTRADOR PRINCIPAL	5,90m <sup>2</sup>
OPTOMETRIA/CONTACTOLOGIA	15,81m <sup>2</sup>
LAVABOS	8,90m <sup>2</sup>

---

#### TOTAL ÚTIL PLANTA BAIXA

**90,97<sup>2</sup>**

Tot i que, com ja s'ha mencionat, el local es troba en molt bones condicions i aprofitarem la distribució existent, sense realitzar cap tipus de modificació espacial però si eliminarem el petit mobiliari existent de l'anterior activitat i adaptarem les instal·lacions existents, tant a les elèctriques, l'enllumenat, la climatització i la fontaneria.

Cal dir també que el local compleix un perfecte accés per a persones amb discapacitats ja que no té cap desnivell i disposa d'ample accés necessari per a una correcta maniobrabilitat.

S'ha determinat establir itineraris practicables, tenint en compte que el local disposa d'una càmera higiènica adaptada. Es preveu l'ús majoritari d'aquesta del personal de l'activitat, al tractar-se d'una activitat de baixa ocupació.

La part de taller és reduïda ja que tots els muntatges es realitzaran a la botiga de Sants, i un missatger s'encarregarà cada dia de recollir els muntatges i de deixar els del dia anterior. El sou d'aquest treballador l'establirà la franquícia.

### **Ventilació:**

El local disposa de ventilació natural a través de la porta d'accés, amb una superfície total de 4.48 m<sup>2</sup> i de reixes de 70cm., d'alçada per 1.80., de llargada. Amb una superfície total de reixes de 5,04 m<sup>2</sup>., al ser inferior al 1/8 de la superfície del local es disposarà dels següents equips existents que estan col·locats de la següent manera:

1. Tres equips tipus cassetes de quatre vies a la zona d'atenció al públic, dels quals s'anul·larà el central
2. Un altre a la zona d'optometria i contactologia

### **Il·luminació i instal·lació elèctrica:**

La il·luminació del local serà de gran intensitat, amb halogenurs metàl·lics, per evitar un consum excessiu i per garantir una intensitat d'uns 3000 luxs. La instal·lació elèctrica es projectarà d'acord amb el Reglament Electrotècnic de Baixa Tensió (R.D. 2414/1973 del 20 de novembre) i les instruccions complementaries.

### **Instal·lació d'aigua:**

Es disposa d'aigua freda, transportada des de l'escomesa amb canonades de PVC o PE fins a les aixetes.

L'aigua residual s'evacua mitjançant canonades de PVC o PE amb una pendent suficient fins a la xarxa de sanejament urbà.

### **Seguretat:**

D'acord amb la normativa vigent, en al que es demana com a mínim un extintor per cada recorregut superior a quinze metre en planta, es necessitaran dos extintors

manuals de pols sec polivalent, de càrrega 6kg., amb pressió incorporada, pintat, amb suport de paret.

També 6 llums d'emergència i senyalització, constituït per llums d'incandescència, amb il·luminació suficient per facilitar una evacuació segura fins l'exterior i amb una autonomia de funcionament a plena carga de 1 hora. (Intensitat mitja 5 lux)

### Obres varies:

L'immoble disposa de dos banys separats per un rentamants però s'ha d'adequar un per a minusvàlids, de manera que hi troben dos banys amb dos inodors cadascun separats per un distribuïdor amb rentamans. Un s'utilitzarà per a la clientela i l'altre serà d'ús personal.

L'acabat general de les parets es farà amb un trasdossat de plaques de guix laminat pintades, amb un sòcol fins a 90 cm de llistons de fusta. Sostre de plaques de guix laminat fonoabsorbent a la part pública i fals sostre de plaques viníliques als banys, magatzem i zona privada.

Les parets es cobriran amb pintura a la patina i s'aprofitarà el sòcol enllistonat de fusta per lacar-ho del mateix color que el mobiliari.

Sumat a tot l'anterior estaran les llicències per portar-ho a terme. En total parlarem d'aproximadament: 1.212.25€

INSTAL·LACIONS D'ENLLUMENAT	1.524,38€
INSTAL·LACIONS CONTRA INCENDIS I ENLLUMENAT	60.25€
OBRES VARIES	1.212,25€

---

<b>TOTAL:</b>	<b>2.796,88€</b>
---------------	------------------

Inmovilizado material: inversions que realitzarà l'empresa i que es materialitzaran en bens tangibles que no es destinaran a la venda o transformació.

- **Mobiliari:** l'ideal és buscar la simplicitat. Pocs mobles però bons i funcionals, buscant la modernitat i lacats amb colors clars per donar llum a l'espai.  
Estaran distribuïts de la següent manera: armaris amb calaixeres sota les columnes d'ulleres a banda i banda de l'òptica, dos mostradors petits a la zona de vendes amb les corresponents cadires per a pacient/acompanyant i òptic-optometrista, taula + mirall calaixeres auxiliars i corresponent cadira per a l'adaptació de lents de contacte, mostrador principal, armari empotrat amb separadors. Al gabinet: cadira-foròpter per al pacient amb tauleta adherida. Petita taula per al refractòmetre amb cadira. Calaixera per a stock de lents de

contacte i armari per a la classificació de documents. El cost aproximat és: 6.325.20€

- **Instruments optomètrics:**

-Foròpter: 1.999€

-Unitat de refracció(cadira, taula, projector i optotips): 3.000€

-Ullera i caixa de prova: 500€

-Retinoscopi: 560€

-Autorrefractòmetre: 5.359€

-Biomicroscopi: 3.000€

-Queratòmetre de Hemholtz: 1.500€

Per a la petita zona de taller:

- Ventilet: 150€

-Frontofocòmetre: 2.800€

-Banc de taller amb tornavís, alicates i altres eines: 250€

-Tracer: 2.350€

La major part de la maquinaria és de segona mà. L'objectiu a llarg termini és renovar-la a mesura que creixen els ingressos. A curt termini es vol comprar un tonòmetre i un topògraf.

Fan una suma total de: 21.468 €(amb IVA)

- **Stock bàsic inicial:** Articles pel negoci com paper, útils d'escriptura, tisores, correctors, grapadores, papereres... A més de, evidentment, l'estoc de muntures tant de graduat com de sol, lents de contacte, líquids... Els primers ingressos realitzats a partir d'aquest primer stock servirà per fer un stock més complert i d'aquesta manera ser més atractius pels clients.



STOCK INICIAL	QUANTITAT(unitats)	PREU(euros)
Muntures(sol i graduat):		
-Luxottica (pcost mig 45€)	200	9.000€
-Sáfilo (pcost mig 45€)	200	9.000€
-Etnia Barcelona: (pcost mig 45)	50	2.500€
-Silhouette: (pcost mig 105€)	20	2.100€
Lents de contacte:	No Stock – Blisters de prova	
Líquids:		
-OptiFree	12 unitats	5,48€/u=65.76€
-Biotrue	24 unitats	11,85€/u=142.2€
-Hidrohealth	20 unitats	58€
-Dua	20 unitats	58€
-Menicare	10 unitats	9,60€/u=96€
Altres:		
-Acuaiss drops multidosis (6 ml)	20 unitats	3,95€/u =79€
-Tovallolletes	20 unitats	4,88€/u=97.6€
-Pastilles enzimàtiques (30 monodosi x caixa)	20 unitats	6,30€/u=63€
-Artelac Splash	5 unitats	
-Microclean (20 llimona, 20 maduixa, 20 de poma)	60 unitats	14,40€
		82€

- **Gestió empresarial i comunicacions: Equip informàtic**

Tota la gestió de l'empresa i dels clients es farà mitjançant ordinadors. Hi haurà 3 ordinadors: un de taula al mostrador principal i dos portàtils a les taules de la zona de vendes. Tots connectats a una impressora i a un escàner. També es despondrà d'una caixa registradora per al canvi de diners en efectiu i dos TPV, un telèfon i un mòbil. El cost orientatiu és de 2.500€

- **Altres costos:**

Costos de constitució com el del projecte tècnic, taxes de l'Ajuntament (llicència d'obertura), costos notariaus, de gestoria i a més la documentació necessària per iniciar l'activitat. Si fos Societat el preu seria bastant elevat però al ser autònoms rondarà els 1.799€ (amb IVA).

Un altre punt a tenir en compte és el lloguer inicial del local. En el preu importa molt la situació física del local, i com està situat al centre dels Jutjats de Barcelona i Hospitalet el preu és més elevat que els altres locals amb les mateixes característiques de la zona.

Comportarà un cost mensual de 1.100€ amb dos mesos d'avanç de la fiança, és a dir, el primer pagament seria de 2.200€

Inmovilizado intangible: inversions que tindrà l'empresa amb caràcter estable i que son susceptibles de ser valorades econòmicament.

- **Aplicacions informàtiques:** Microsoft Office i ComGesOptica. PREU?

Per tal de fer un resumen i esquematitzar la idea, veiem:

PLA D'INVERSIÓ INICIAL	COST(€)
Condicionament del local	2.796,88€
Mobiliari	6.325,20€
Equipament	21.468€
Stock inicial	23.355,96€
Equip informàtic	2.500€
Aplicacions informàtiques	300€
<b>TOTAL</b>	<b>56.746,04€</b>

Previsió de despeses dels 3 primers mesos:

Costos fixes mensuals	TOTAL
Llum, aigua, telèfon+ADSL	385 €
Lloguer	1.100 €
Sou òptic i cost SS	2.336,43 €
Gestoria	150 €
Otros gastos	200€
<b>Total Pagos en un mes</b>	<b>4.171,43€</b>
Meses a cubrir con F. Maniobra	3
<b>FM 3 meses (APROX)</b>	<b>12.514,29 €</b>

Comptant que una persona es gasta de mitja 150€ per cada compra, necessitaré 28 clients al mes per cobrir costos. Això són 1.16 clients/dia. Tot i que els primers mesos són complicats en qualsevol negoci, si volguéssim obtenir algun benefici addicional necessitaríem almenys uns 10 clients més per obtenir aproximadament uns 1.529€ de benefici (ingressos). Potser això serà complicat el primer mes, però ens ho establiment com a meta per als següents mesos.

Això ho haurem de sumar a la inversió inicial:

INVERSIÓ INICIAL	56.746,04€
FONS DE MANIOBRA 3 MESOS	12.514,29€

---

<b>INVERSIÓ INICIAL TOTAL:</b>	<b>69.260,33€</b>
--------------------------------	-------------------

## 8.2. Financiació:

La financiació del negoci vindrà donada per dos fons: d'una banda la propietària de l'empresa, que aportarà la part més petita del capital, i de l'altra l'entitat financera Banc Sabadell que aportarà la part més gran.

RECURSOS PROPIS	30.000€
RECURSOS ALIENS(PRÈSTEC)	45.000€

---

<b>TOTAL</b>	<b>75.000€</b>
--------------	----------------

Característiques del préstec:

- Import: 45.000 € :
- Anys: 10
- Comissió d'obertura: 2%
- Interès nominal: 5%
- Període de pagament: Mensual
- Cost Efectiu (TAE): 5.75%

Amb aquestes característiques de préstec la mensualitat acordada és de 477.05€ durant 10 anys.

### 8.3. Balanç de situació inicial

Fem un balanç de situació i dividim l'actiu (és el que l'empresa té o el que li deuen) i el passiu (el que l'empresa deu a terceres persones, recursos aliens i propis):

ACTIU	EUROS	PASIU	EUROS
Condicionament del local	2.796,88€	Fons propis	30.000€
Mobiliari	6.325,20€	Fons aliens	45.000€
Equipament	21.468€		
Stock inicial	23.355,96€		
Equip informàtic	2.500€		
Fiança	2.200€		
Costos de constitució	1.799€		
Tresoreria (FM 3 mesos)	12.514,29€		
TOTAL ACTIU	71.160,33€	TOTAL PASIU	75.000€

### 8.4. Exemple (no real) d'ingressos d'un mes estàndard

Anem a veure ara quin benefici hauríem de aconseguir per tal de que l'establiment sigui **rentable**. Si el mínim d'ulleres venudes per cobrir costos és 28, l'ideal per obtenir uns ingressos òptims seria doblar aquesta quantitat, llavors veiem, tenint en compte els millors mesos per a la compra de productes d'òptica:

	Resultats (€)	Ingressos (€)
Gener:	8400€	<b>4228.57€</b>
Febrer:	5700€	1528,57€*(benefici min)
Març	5700€	1528,57€
Abril:	5700€	1528,57€
Maig:	5700€	1528,57€
Juny:	8400€	<b>4228.57€</b>
Juliol:	8400€	<b>4228.57€</b>
Agost:	8400€	<b>4228.57€</b>
Setembre:	5700€	1528,57€
Octubre:	5700€	1528,57€
Novembre:	5700€	1528,57€
Desembre:	8400€	<b>4228.57€</b>

En el cas dels mesos de menor vendes, l'objectiu és igualment obtenir un benefici, llavors com a mínim haurem d'aconseguir 28 vendes per cobrir costos més 10 més per obtenir un benefici mínim de 1.500 € aproximadament. Per sota d'aquí el benefici serà menor i per sobre major, que és l'objectiu a llarg termini.

Aquest no és un benefici real ja que el primer any i part del segon, en realitat, gairebé tot es destina a cobrir el préstec i altres costos.

### 8.5. Compte de resultats:

Anem a veure ara en un àmbit més real els costos i ingressos que tindriem el primer mes:

#### Ingressos:

ARTICLES PROVEÏDORS	ULLERES	LC	SOLUCIONS MANTENIMENT	LENTS OFTÀLMIQUES
LUXÓTTICA	9(1.269€)			
SAFILO	9(1.170€)			
ETNIA BCN	13(1.937€)			
SILHOUETTE	1(300€)			
CIBA		18(540€)	12(120€)	
BAUSCH		13(390€)	20(240€)	
COOPER		13 (390€)	0	
DISOP		16 (400€)	30(127,5€)	
MENICON		0	2 (28€)	
ZEISS				50 (13.775€)
INDO				4(800€)
ESSILOR				0
Total :	4.676€	1.720€	507,50€	14.575€
TOTAL:	21.478,5€			

#### Costos:

ARTICLES PROVEÏDORS	ULLERES	LC	SOLUCIONS MANTENIMENT	LENTS OFTÀLMIQUES
LUXÓTTICA	9(405€)			
SAFILO	9(405€)			
ETNIA BCN	13(585€)			
SILHOUETTE	1(100€)			
CIBA		18(436.86€)	12(65,76€)	
BAUSCH		13(310€)	20(118,5€)*oferta	
COOPER		13 (315€)	0	
DISOP		16 (240€)	30 (43,50€)	
MENICON		0	2 (19.20€)	
ZEISS				50 (4.875€)
INDO				4(100€)
ESSILOR				0
Total :	1.495€	1301,86€	246,96€	4.975€
TOTAL:	8.018,82€			

	ULLERES	LC	SOLUCIONS	LENTS OFTÀLMIQUES
BENEFICI PARCIAL	3.181€	418,14€	260,54€	9.600€
BENEFICI TOTAL	<b>13.459,68€</b>			

Què tenim?

Muntures mes 1  $\Rightarrow$  470 amb un cost de 22.600€

Líquids  $\Rightarrow$  86 amb un cost de 419.96€

Blisters  $\Rightarrow$  Stock d'Air Optix, Soflens, Hidrohealth (graduacions de 0 a -6.00/0 a +3.00)... amb un cost de 0€ )

Extres (higiene ocular)  $\Rightarrow$  125 unitats amb cost de 336€

TOTAL EXISTENCIES MES 1: 681 unitats amb un cost de **23.355,96€**

Els proveïdors de lents de contacte ens fan un 50% de descompte (Carl Zeiss) i un 30% (Indo).

Llavors veiem:

-Costos Carl Zeiss: 2.437,5€

-Costos Indo: €

Total lents Mes 1: **3.037,5€**

Com ens queda l'Stock?

VARIACIÓ STOCK	INICI MES	VENTES MES	TOTAL
MUNTURES(Sol+Gx)	470	32	<b>438</b>
LC(caixes)	0	60	<b>60</b>
LÍQUIDS	86	64	<b>22</b>

### 8.5.1. Amortitzacions:

**Maquinària:** (21.468 €) Vida útil 10 anys.

Durant el primer any s'amortitza un 10% del total = 2146,8€. Si ho dividim per 12 mesos obtenim una amortització  $\rightarrow$  178,9€ mensuals.

De la mateixa manera tenim:

**Local:** (1.100€)

-5 anys de vida útil

-Amortització del primer any, 20% --> 220€

-Amortització per mes--> 18,33€

**Equip informàtic:** (2.500€)

-10 anys de vida útil

-Amortització del primer any, 10%--> 250€

-Amortització per mes--> 20,83€

**Aplicacions informàtiques:** (300€)

-10 anys de vida útil

-Amortització del primer any, 10%-->30€

-Amortització per mes--> 2,5€

**Mobiliari:** (6.325,20€)

-10 anys de vida útil

-Amortització del primer any, 10%-->632.52€

-Amortització per mes--> 52,71€

AMORTITZACIÓ ANUAL TOTAL = 3.279,32€

AMORTITZACIÓ MENSUAL = 273,27€

### 8.5.2. Compte de resultats primer mes

<b>COMPTE DE RESULTATS</b>	
INGRESOS	EUROS(€)
Vendes (muntures, LC...)	21.478,5€
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>21.478,5€</b>
COSTOS	
Compres (exist. + lents oftalm)	27.942,28€
Costos fixes mensuals( llum, aigua, tel+ADSL, lloguer, gestoria, sou òptic i cost S.S., altres gastos)	4.171,43€
Publicitat	4.213€
Royalti franquicia (5% sobre les vendes)	1.073,93€
Amortització mensual	273,27€
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>37.673,88€</b>
DIFERENCIA(Ingressos-Costos)	-16.195,38€
<b>TOTAL</b>	<b>-16.195,38€</b>

El resultat del primer mes es negatiu. Aquest resultat entra dins de la normalitat pel fet que s'ha realitzat una gran inversió inicial i pagar diverses factures, també s'haurà de pagar d'impostos, la gestió del projecte...

### 8.5.3. Compte de resultats primer any:

#### \*ANNEX VII

A més de tots els costos anteriors també em de contar la mensualitat del préstec, és a dir, els 477.05€ que en total durant el primer any sumarien 5.724,6€

És a dir, el total real seria: 48.834,45€

### 8.5.4. Compte de resultats dels tres primers anys

Per tal de que sigui més entenedor, anem a veure'l desglossat:

#### \*ANNEX VIII

### 8.5.5. Balanç de situació dels tres primers anys:

#### \*ANNEX IX



## 9. Conclusions

L'objectiu del treball era muntar un establiment d'òptica, tenint en compte la situació del sector actual i el lloc on el portaríem a terme. L'objectiu personal era definir si seria viable o no. Podem concloure que, en vista dels resultats obtinguts, sí seria viable obrir un establiment d'òptica al recinte de Ciutat Judicial de l'Hospitalet de Llobregat.

Segons l'estudi poblacional realitzat, veiem que la ciutat de l'Hospitalet és una ciutat de treballadors de classe mitja-baixa on la renda mitja anual no sol superar els 12.000€. Aquesta xifra i les converses realitzades amb l'entorn durant tot el treball ens indiquen que són persones que busquen qualitat a bon preu. Òptica Bassol assoleix això mitjançant la venda de productes Carl Zeiss en primera instància, i també Indo i Essilor, marques punteres en LC com Ciba o Bausch i proveïdors com Luxottica, Sáfilo, Etnia BCN i Silhouette en quant a muntures. D'altra banda, els descomptes del 40 i el 50% fa que es pugui arribar a més butxaques. Un altre punt importantíssim i indispensable és el tracte personal als clients. Òptica Bassol aconsegueix la fidelització dels seus clients mitjançant l'actuació d'una plantilla petita de professionals que donaran un tracte exquisit a cadascun dels clients.

Les diverses òptiques del voltant, com hem vist a l'estudi realitzat, utilitzen com a norma general vidres de la marca Essilor o Prats i més o menys les mateixes marques de muntures i LC i algunes marques blanques. En general tenen un bon material per treballar però sota el meu punt de vista es queden molt curtes en el tracte als clients, cosa que qualsevol d'aquests tindrà molt en compte i serà el que ens asseguri o no la seva fidelització i, per tant, el futur de l'establiment. Solen llençar promocions puntuals amb descomptes, en canvi nosaltres tindrem sempre els descomptes per a clients. Altres establiments a tenir en compte són les farmàcies i els basars que no tenen la qualitat les òptiques però tenen preus molt baixos i accessibles.

El fet de formar part d'una franquícia ens donarà el nom d'una cadena important d'establiments d'òptica de Barcelona entre d'altres coses, cosa molt avantatjosa sobretot en quant a guanyar la confiança dels clients. A més d'això, serà més fàcil començar si tenim l'ajuda d'unes altres òptiques de la mateixa franquícia, tenint en compte també que els nostres muntatges es faran en una d'elles (Òptica Bassol Sants), cosa que ens evitarà molt treball.

El fet de treballar amb òptics-optometristes graduats ens permet tenir un horari continuat de 10 a 8 de la tarda, sense interrupció, amb l'objectiu de poder atendre als clients i oferir la opció de realitzar graduacions a qualsevol hora dins de l'horari laboral.

En quant a la part econòmic-financera del treball s'han descrit detalladament els pressupostos necessaris per a la posta en marxa del negoci. Tant els costos de material, com de mobiliari, estoc inicial... A més s'han elaborat els documents contables següents: compta de resultats (primer mes, any i tres primers anys) i balanç

de situació ( primer mes, any i tres primers anys). A partir dels resultats obtinguts veiem que l'empresa si tindria beneficis. Tot i que a la pràctica, després de parlar amb diversos òptics autònoms, el primer any sol tenir números negatius, en el nostre negoci ja hi ha beneficis des del primer any. El segon any hi ha un augment de beneficis del 3% i el tercer d'aproximadament un 5%.

La inversió inicial del projecte ha estat de 69.260,33€ on la part més petita l'aporta la propietària (30.000€) i es demanarà un préstec de 45.000€ (a retornar en 10 anys) per tal de cobrir costos inicials.

Tot i que segons els meus càlculs serà un projecte viable, mai es té la seguretat total de que l'empresa es desenvolupi de la mateixa manera que hem vist de manera teòrica. Tot i així els estudis s'han fet de la manera més objectiva possible, per tant, és possible que l'empresa s'assemblés en cas de portar-ho a terme.

## 10. Bibliografia

- MOCHON, FRANCISCO. *Economía Básica*. Segunda edición, McGraw-Hill. España 1992
- *Quadern de l'emprenedor: Guia per a l'elaboració d'un plà d'empresa*. Ceelleida, centre europeu d'empreses i innovació.
- Apunts de l'assignatura d'Economia i Gestió d'Empresa, quadrimestre de tardor de 2014
- *La Gaceta Óptica*. Ejemplares 2014.
- Apunts del màster de Direcció i Administració d'Empreses de la Universitat de Barcelona. Volum 1(Estrategia empresarial) i 2(Marketing). Editorial Deusto.

## Pàgines web

- [www.idescat.com](http://www.idescat.com)  
<http://www.idescat.cat/economia/inec?tc=3&id=0007>  
[www.idescat.cat/emex/081017](http://www.idescat.cat/emex/081017)  
<http://www.idescat.cat/emex/?id=081017&lang=es#h7>
- [www.zeiss.com](http://www.zeiss.com)
- [www.google.com](http://www.google.com)
- [www.coooc.cat](http://www.coooc.cat)
- <http://www.elperiodico.com/es/noticias/sociedad/mitad-jovenes-universitarios-tienen-empleos-poco-cualificados-3641912>
- [www.gencat.cat](http://www.gencat.cat)

## 12. Annexos

### ÍNDIX

1. ANNEX I: Adaptació de les òptiques al Decret 135/95 de promoció de l'accessibilitat i de supressió de les barreres arquitectòniques
2. ANNEX II: Declaració Llei 21/2000
3. ANNEX III: Sol·licitud
4. ANNEX IV: protocol d'actuació en cas d'incidència
5. ANNEX V: Model de registre de prescripcions
6. ANNEX VI: Responsabilitats de la directora tècnica
7. ANNEX VII: Fitxa d'examen visual
8. ANNEX VIII: Compte de resultats primer any
9. ANNEX IX: Compte de resultats dels tres primers anys
10. ANNEX X: Balanç

## ANNEX I:

### **Adaptació de les òptiques al Decret 135/95 de promoció de l'accessibilitat i de supressió de les barreres arquitectòniques.**

Totes les òptiques han de tenir els itineraris practicables.

Itinerari practicable: espai que sense ajustar-se a tots els requeriments d'adaptació no impedeix la utilització, de forma autònoma, per persones amb mobilitat reduïda o qualsevol altra limitació.

Itinerari practicable:

- Amplada mínima 90 cm, alçada mínima 210 cm, tot lliure d'obstacles
- Sense trams d'escala
- Graons aïllats amb un màxim de 14 cm, i a ambdues bandes un espai lliure de 120 cm
- Rampes amb pendent màxima d'un 12% i transversal d'un 2%, i a ambdues bandes un espai lliure de 120 cm; passamà a un dels costats
- Canvis de direcció possibilitat d'inscriure un cercle 120 cm
- Portes amb amplada de 80 cm i alçada de 200 cm amb manetes de pressió o palanca; i a ambdues bandes un espai lliure de 120 cm

## ANNEX II

Sr/a....., amb DNI, passaport o  
CIF....., responsable de l'òptica anomenada.....,  
situada al carrer.....núm. .... de  
....., codi postal .....

### DECLARO:

Que la documentació clínica emprada i el sistema d'arxiu de l'establiment d'òptica indicat,  
s'ajusta a la Llei 21/2000 de 29 de desembre sobre els drets d'informació concernent a la salut i  
l'autonomia del pacient, i la documentació clínica.

..... de ..... de 20..

Signat: .....

Responsable de l'òptica

### ANNEX III

#### SOL·LICITUD CERTIFICAT

Nom .....

Núm. Col·legiat ..... telèfon .....

Adreça a enviar .....

O entregar al Departament d'Establiments del COOOC.....

#### SOL·LICITO

al Col·legi Oficial d'Òptics Optometristes de Catalunya un certificat per lliurar al

Departament de Salut per a ser director/a tècnic/a de l'establiment:

Nom de l'òptica .....

Adreça .....

Població ..... Codi postal .....

Signatura

Barcelona, ..... de ..... de .....

El certificat té un cost de 15 €, el pagament del qual es farà mitjanant una transferència bancària al compte corrent XXXXXXXXXXXXXXX de La Caixa indicant el nom del col·legiat per qui es demana el certificat.

Un cop fet l'ingrés, ens heu de fer arribar una còpia del resguard de la transferència, juntament amb aquest full de sol·licitud de certificat, degudament emplenat, al fax núm.XXXXXXXXXX.

## ANNEX IV

### PROTOCOL D'ACTUACIO EN INCIDENCIES:

Les pautes a seguir en cas d'un pacient amb una incidència serà:

1-Escoltar al pacient per obtenir les majors dades possibles i descobrir on és el problema el més aviat possible

2-Deduir quin tipus d'incidència és:

-Refractiva:Comprovar la graduació tant en VL com en VP,així com variacions respecte la correcció anterior.

-Centratge:Comprovar que estigui correcte i no hi hagi descentraments que poden provocar aberracions,tant verticals com horitzontals.

-Ajust:Comprovarem que la distància de vèrtex no és excessiva,que l'angle pantoscòpic és l'adequat i que l'alçada de la pupil·la a la muntura no és insuficient.

3-Descartar casos especials:

.Problemes convergències

.Aspectes psicològics(ex.Predisposició prèvia en un progressiu..)

.Poc temps d'adaptació..

4-Explicar clarament al pacient on és la incidència i perquè ha succeït.

5-Solucionar la incidència el més aviat possible.

## **ANNEX V**

### **MODEL DE REGISTRE DE les PRESCRIPCIONS ÓPTIQUES REALITZADES**

#### **I MODEL DELS RESULTATS OBTINGUTS EN LES AVALUACIONS DE LA CAPACITAT VISUAL**

Utilitzo el programa de gestió d'òptica "COMGESOPTICA" el qual ja té unes fitxes on puc anotar els resultats obtinguts en totes les proves optomètriques que se li fan al pacient: anamnesis, agudeses visual, addició, etc.



## ANNEX VI

### RESPONSABILITATS DEL DIRECTOR/A TÈCNIC/A

1. La direcció, la supervisió i la responsabilitat de les activitats i funcions professionals que es duen a terme als establiments d'òptica, establertes a l'article 2 del Decret 126/2003 de 13 de maig pel qual s'estableixen els requisits tecnicosanitaris dels establiments d'òptica.

2. Només es pot ser director/a tècnic/a d'un establiment d'òptica (declaració adjunta)

3. Dur els següents llibres de registres:

- Llibre de registre\* diari de les prescripcions òptiques realitzades.

• Dades mínimes aconsellades:

- ✓ Data
- ✓ Nom del pacient
- ✓ Professional que ha fet la "graduació"
- ✓ Dades optomètriques suficients
- ✓ Dades identificatives suficients dels vidres o lents de contacte (si és el cas)

- Registre individualitzat per client dels resultats obtinguts en les avaluacions de la capacitat visual realitzades en l'òptica mitjançant la realització de proves optomètriques.

○ *ÉS LA FITXA OPTOMÈTRICA "HABITUAL"*

- Registre de les operacions de calibració i manteniment de tot l'equipament i utilitatge que ho requereixi

*Es suggereix un "Full de registre" per cada aparell amb anotació de la data de la revisió i signatura (o adjuntar el document de revisió) del tècnic que la ha fet. Cal anotar-hi quina ha de ser la periodicitat de les revisions.*

Nom, cognom i signatura del titular o representant legal de l'empresa

Nom, cognom i signatura del Director Tècnic

\*s'accepta un fitxer (Excel, per exemple) o aprofitar programa informàtic amb capacitat per a generar-ho.

## ANNEX VII

### FICHA DE EXAMEN (ÉS SUSCEPTIBLE DE CANVIS SEGONS EL PACIENT)

FECHA:

NOMBRE Y APELLIDOS:

DIRECCIÓN

POBLACION:

TELÉFONO:

FECHA NACIMIENTO:

MOTIVO PRINCIPAL VISITA:

ANAMNESIS:

1. MEDIDA DE LA AGUDEZA VISUAL S/C:

OD:

OI:

AO:

2. MEDIDA DE LA AGUDEZA VISUAL C/C:

OD:

OI:

AO:

3. COVER TEST:

VISION LEJANA:

VISION CERCANA:

4. PPC:

5. MOVIMIENTOS OCULARES:

6. VALOR DEL RETINOSCOPIO:

OD:

OI:

7. VALOR SUBJETIVO:

OD:

AV:

OI:

AV:

8. EQUILIBRIO BIOCULAR:

OD:

OI:

9. PERCEPCION SIMULTÁNEA:

10. FUSIÓN:

11. FORIA HORIZTONTAL:

PROP:

VALOR:

RESERVAS BN:

BT:

LLUNY:

VALOR:

RESERVAS BN:

BT:

12. FORIA VERTICAL:

VALOR:

RESERVAS BI OD:

BS OD:

13. FLEXIBILIDAD DE VERGENCIAS:

14. FLEXIBILIDAD DE ACOMODACIÓN:

15. DOMINANCIA OCULAR:

SENSORIAL:

MOTORA:

DOM. CORPORAL:

### SALUD OCULAR:

16. BIOMICROSCOPIA:

18. AMSLER:

OD:

OI

## ANNEX VIII

### Compte de Resultats 1r any

	GENER	FEBRER	MARÇ	ABRIL	MAIG	JUNY	JULIOL	AGOST	SEPT	OCT	NOV	DIC
<b>Vendes</b>	21.478,5€	15.034,95€	14.283,20€	14.971,11€	14.997,36€	16.497,1€	20.336,52€	22.948,8€	16.064,16€	13.654,54€	12.289,09€	15.361,36€
<b>TOTAL INGRESSOS(€)</b>	21.478,5€	15.034,95€	14.283,20€	14.971,11€	14.997,36€	16.497,1€	20.336,52€	22.948,8€	16.064,16€	13.654,54€	12.289,09€	15.361,36€
<b>COSTOS</b>												
<b>Compres (exist. + lents oftlm)</b>	27.942,28€	2.480€	2.356€	2.473,8€	2.473,8€	11.642,49€	3.246,9€	3.447,61€	2.413,33€	2.051,33€	1.846,20€	11.352,75€
<b>Costos fixes mensuals</b>	4.171,43€	4.171,43€	4.171,43€	4.171,43€	4.171,43€	4.171,43€	4.171,43€	4.171,43€	4.171,43€	4.171,43€	4.171,43€	4.171,43€
<b>Publicitat</b>	4.213€								183€			2.000€
<b>Royalti franquicia (5% sobre les vendes)</b>	1.073,9€	751,75€	714,16€	748,56€	749,87€	824,85€	1.016,8€	1.147,44€	803,21€	682,7€	614,45€	768.1€
<b>Amortització</b>	273,27€	273,27€	273,27€	273,27€	273,27€	273,27€	273,27€	273,27€	273,27€	273,27€	273,27€	273,27€
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>37.673,88€</b>	7.676,45€	7.514,86€	7.667,06€	7.668,37€	16.912,04€	8.708,4€	9.039,75€	7.844,24€	7.178,73€	6.905,35€	18.565,55€
<b>DIFERENCIA(l ngressos-costos)</b>	-16.195,38€	7.358,5€	6.768,34€	7.304,05€	7.328,99€	-414.94€	11.628,12€	13.909,09€	8.219,92€	6.475,81€	5.380,74€	-3.204,19€
<b>TOTAL</b>	-16.195,38€	7.358,5€	6.768,34€	7.304,05€	7.328,99€	-414.94	11.628,12€	13.909,09€	8.219,92€	6.475,81€	5.380,74€	-3.204,19€
<b>TOTAL 1r ANY</b>	<b>54.559,05€</b>											

ANNEX IX

<u>Compte de resultats</u>	<u>PRIMER ANY</u>	<u>SEGON ANY</u>	<u>TERCER ANY</u>
<b>Vendes</b>	197.916,69€	203.854,19€	207.812,52€
<b>TOTAL INGRESSOS(€)</b>	197.916,69€	203.854,19€	207.812,52€
<b>COSTOS</b>			
<b>Compres (exist. + lents oftalm)</b>	73.726,45€	76.835,26€	78.907,3€
<b>Costos fixes mensuals(llum, aigua, tel+ADSL, lloguer, gestoria, sou òptic i cost S.S., altres gastos)</b>	50.057,16€	50.057,16€	50.057,16€
<b>Publicitat</b>	6.396€	7.293,02€	7.890,53€
<b>Royalti franquicia (5% sobre les vendes)</b>	9.895,75€	10.192,71€	10.390,63€
<b>Costos financers</b>	5.724,6€	5.724,6€	5.724,6€
<b>Amortització</b>	3.279,24€	3.279,24€	3.279,24€
<b>TOTAL COSTOS</b>	149.081,28€	153.381,98€	156.249,11€
<b>DIFERENCIA(Ingressos-costos)</b>	48.834,45€	50.472,21€	51.563,41€
<b>TOTAL</b>	<b>+48.834,45€</b>	<b>+50.472,21€</b>	<b>+51.563,41€</b>

## ANNEX X

ACTIU	PRIMER ANY	SEGON ANY	TERCER ANY
ACTIU NO CORRENT			
<b>Materials</b>	<b>27.263,88</b>	<b>21.984,56</b>	<b>21.205,24</b>
-maquinària	121.468	21.468	21.468
-mobiliari	6.325,20	6.325,20	6.325,20
-equip informàtic	2.500	2.500	2.500
-amortitzacions material	-3.029,32	-6.058,64	-9.087,96
<b>Inmaterials</b>	<b>4.049</b>	<b>2.800</b>	<b>2.550</b>
-costos de constitució	1.799	800	800
-fiança lloguer	2.200	2.200	2.200
-aplicacions informàtiques	300	300	300
-amortitzacions imaterial	-250	-500	-750
ACTIU CORRENT			
<b>Existències</b>	<b>23.355,96</b>	<b>24.056,64</b>	<b>24.523,76</b>
(muntures, LC, líquids, altres...)	23.355,96	24.056,64	24.523,76
<b>Realitzable</b>	<b>12.300</b>	<b>10.500</b>	<b>11.326</b>
-clients(lo que queda por cobrar)	12.300	10.500	11.326
<b>Disponible</b>	<b>29.880,21</b>	<b>88.495,06</b>	<b>141.231,37</b>
-caixes	8.950	15.300	25.981
-bancs	20.930,21	73.195,06	115.250
<b>TOTAL ACTIU</b>	<b>96.849,05</b>	<b>147.836,26</b>	<b>200.836,37</b>

BALANÇ PASSIU	PRIMER ANY	SEGON ANY	TERCER ANY
<b>NET</b>	<b>78.834,45</b>	<b>129.306,66</b>	<b>181.960,77</b>
Capital social	30.000	30.000	30.000
Reserves	48.834,45	50.472,21	51.563,41
Resultats d'exercicis anteriors		48.834,45	100.397,36
<b>PASSIU NO CORRENT</b>	<b>5.724,6</b>	<b>5.724,6</b>	<b>5.724,6</b>
Préstecs a LT	5.724,6	5.724,6	5.724,6
<b>PASSIU CORRENT</b>	<b>12.290</b>	<b>12.805</b>	<b>13.151</b>
<i>Exigible a c/plaç</i>			
Proveïdors	12.290	12.805	13.151
<b>TOTAL PASSIU</b>	<b>96.849,05</b>	<b>147.836,26</b>	<b>200.836,37</b>